APRIL 2019 Vol. 5 Issue 51
മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക
Price: ₹50/-

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM

INSIDE OUTSIDE
AD WORLD

THE WORLD OF
EFFECTIVE
COMMUNICATION

ഉപഭോക്താവിനെ
നിലനിർത്താൻ

Dr. Anitha Abraham

The Model
Shining in United States

ബിംബങ്ങൾ, സൂചികകൾ,
പ്രതീകങ്ങൾ

നിങ്ങൾക്കും വിജയിക്കാം

പരസ്യം സാമൂഹ്യ പ്രതിബദ്ധതയെ
താലി ചാർത്തുമ്പോൾ

ലക്ഷ്യ സദസ്സ്

• MODEL WATCH • STUDENTS CORNER • MOTIVATION • CAREER GUIDANCE • MEDIA

മലയാളത്തിന്റെ 51
പ്രതിഭകൾക്ക് ആദരം

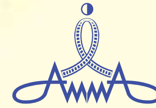
ചേർന്ന് നിൽക്കുമ്പോഴാണ് അക്ഷരങ്ങൾക്ക് അർത്ഥമുണ്ടാവുന്നത്

nmc
unimoni
PRESENTS

മാധ്യമം

അക്ഷര വീട്

IN ASSOCIATION WITH



To Watch the theme song: /aksharaveedu.mdm

AN INITIATIVE BY
മാധ്യമം

സ്നേഹാക്ഷരങ്ങൾകൊണ്ട് പണിയാം

ഒരുമയുടെ കേരളം

ഇനി ഓൺലൈനിലൂടെ മാത്രമല്ല ഫോണിലൂടെയും ഹോസ്പിറ്റൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്ക് ചെയ്യാം

2016 ജൂലൈ ഒന്നിനാണ് (ദേശീയ ഡോക്ടേഴ്സ് ദിനം) ക്വിക് ഡോക് ഡോട് കോം കേരള ജനതയ്ക്കായി സമർപ്പിച്ചത്.

ഹോസ്പിറ്റലുകളുടെയും ക്ലിനിക്കുകളുടെയും അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റ് ബുക്കുചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്ന ഓൺലൈൻ ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ക്വിക്ഡോക്ഡോട്കോം.ഇപ്പോൾ 142 ആശുപത്രികളിലും 113 ക്ലിനിക്കുകളിലുമായി കേരളത്തിലെ വിദഗ്ധരായ 2743 ഡോക്ടർമാരുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. നിങ്ങളുടെ റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബന്ധുക്കൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കാം.

ഒരു മാസം മുമ്പു മുതൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. എല്ലാ ദിവസവും രാവിലെ 8 മണിവരെ അതത് ദിവസത്തെ ഏറ്റവും അടുത്ത ടോക്കണുകൾ ലഭിക്കും. അതുപോലെ വിദഗ്ധരായ ഡോക്ടർമാരുടെ സേവനം ഏത് ആശുപത്രിയിലുണ്ട് എന്നും ഏതൊക്കെ ആശുപത്രികളിൽ എന്തൊക്കെ സേവനങ്ങൾ ഉണ്ട് എന്നും അറിയാം.

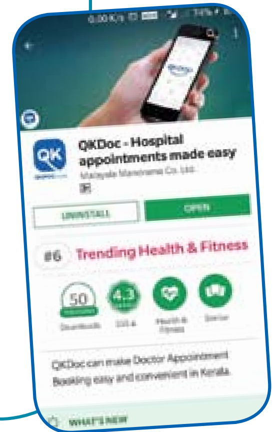
നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ സ്ഥിരീകരിക്കാനായി qkdoc.com കസ്റ്റമർ കെയർ ടീം നിങ്ങളെ സഹായിക്കും. അതുപോലെ ഏതു സമയത്ത് ചെല്ലണമെന്നും നിർദേശം തരും. കൂടാതെ പൊതുജനങ്ങൾക്കായി സൗജന്യ രോഗനിർണയ ക്യാംപുകളും ആരോഗ്യ സെമിനാറുകളും ആശുപത്രികളുമായി സഹകരിച്ച് നടത്തുന്നുണ്ട്.

അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കുവാൻ 2 വഴികൾ

ഓപ്ഷൻ 1 *A)* qkdoc.com വെബ്സൈറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ qkdoc ആപ്ലിക്കേഷൻ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്ത് റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക B) വേണ്ട ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ/ സ്പെഷലൈസേഷൻ സേർച്ച് ചെയ്യുക C) ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നേടുക D) റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ, ബന്ധുക്കൾക്കോ, ടോക്കണുകൾ നേടാം. അതിനായി Book for another parent ക്ലിക്കു ചെയ്ത് മുൻപോട്ട് പോകുക.

ഓപ്ഷൻ 2 *A)* അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ എടുക്കാനായി 7012612323 (24 x 7) (ഞായറാഴ്ചകളിലും) 8943927714, 0481-2587421 / 422 (രാവിലെ ഒമ്പതു മുതൽ വൈകിട്ട് 6 വരെ) നമ്പരുകളിലേക്ക് വിളിക്കാം B) നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ആശുപത്രി / ക്ലിനിക്ക് / ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക C) നിങ്ങളുടെ ഫോണിൽ വരുന്ന എസ്എംഎസിൽ നിന്നും ഒടിപി നമ്പർപറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു.

ഡോക്ടറുടെ
അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റിനായി
വിളിക്കുക
7012612323 (24x7)
0481 2587421 / 422
(9 am to 6pm)



ആശുപത്രികളും ക്ലിനിക്കുകളും qkdoc.com ൽ റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുവാനായി വിളിക്കുക : 8086137088, 9447732525

- വിളിക്കുക 7012612323 (24x7) 0481 2587421/422 (9 am to 6pm)
- നിങ്ങളുടെ ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക
- നിങ്ങൾക്കു വരുന്ന SMS ലെ OTP നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു

മലയാള മനോരമ



ഉള്ളടക്കം

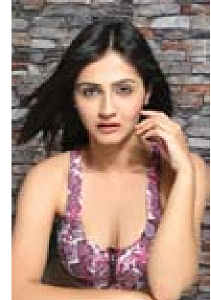
Cover: Dr. Anitha Abraham

Vol. 5 | Issue 51 | April 2019









Images Courtesy: Google

ഇഫെക്റ്റീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE
ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Advisory Board
Thekkinkadu Joseph
Prof. Josy Joseph
Joshy George
Somie
Janeesh Jajikalayam

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew
Ph: 9744993356

Layout / Illustration
Adart Designing

Office Administration
Mini S. Nair

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 0481 2561791, 08593 998705
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

Can read @





effectiveadcom/posts
09846057461
/effective.adcom
/effective-adcom
www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

പെരുകുന്ന തെറ്റുകൾ

പരസ്യങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കളെ തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്നതാകരുത് എന്ന് പല ആവർത്തി നാം പറയുകയും കേൾക്കുകയും ചെയ്യുന്നതാണ്. ഇത്രയധികം മുന്നറിയിപ്പുകൾ ലഭിച്ചിട്ടും ഇപ്പോഴും തെറ്റായ ധാരണകൾ പരത്തുന്ന പരസ്യങ്ങൾ വന്നുകൊണ്ടേയിരിക്കുകയാണ്. ഇതു പരസ്യദാതാക്കൾ ആവശ്യപ്പെടുന്നതുകൊണ്ടാണോ, പരസ്യസൃഷ്ടാക്കളുടെ അറിവുകേടുകൊണ്ടാണോ അതോ രണ്ടുകൂട്ടരും ചേർന്ന് ഒത്തുകളിക്കുന്നതാണോ എന്ന് വ്യക്തമല്ല. എന്തു തന്നെയായാലും ഈ ഉപഭോക്താക്കളെ 'ഉപഭോഗം' ചെയ്തു പണമുണ്ടാക്കുന്ന എല്ലാ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ഈ 'ഇര'കളുടെ നിലനില്പിനോടും ഒരു കടപ്പാടുണ്ട് എന്നത് വിസ്മരിക്കുവാൻ പാടില്ല.

അഡ്വർടൈസിംഗ് സ്റ്റാൻഡേർഡ്സ് കൗൺസിൽ ഓഫ് ഇന്ത്യ (ASCI) വിശദമായ ഒരു റിപ്പോർട്ട് പുറത്തുവിട്ടിരിക്കുകയാണ്. ASCI യ്ക്കു ലഭിക്കുന്ന പരാതികളുടെ എണ്ണം അനുദിനം വർദ്ധിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നതായാണ് കണക്കുകൾ കാണിക്കുന്നത്. 2015–16ൽ 1389 പരാതികൾ ലഭിച്ചപ്പോൾ 2017–18ൽ ഇത് ഇരട്ടിയായി വർദ്ധിച്ച് 2641 പരാതികളാണ് ലഭിച്ചത്. ASCI യുടെ കൺസ്യൂമർ കംപ്ലയിന്റ് കൗൺസിൽ (CCC) വിശദമായ പരിശോധനകൾ നടത്തുകയും തിരുത്തൽ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ടെങ്കിലും ഈ പ്രവണതയ്ക്ക് കാര്യമായ മാറ്റം ഉണ്ടാകുന്നില്ല എന്നുള്ളത് നമുക്ക് സമൂഹത്തോടുള്ള കാഴ്ചപ്പാടുകൾ എത്രമാത്രം ദുഷിച്ചതാണ് എന്നാണ് വ്യക്തമാക്കുന്നത്.

തെറ്റിദ്ധാരണ പരത്തി പരസ്യം ചെയ്തു വില്ക്കുന്ന ഉല്പന്നങ്ങളിൽ ഭക്ഷണങ്ങളും മരുന്നുകളും വരെയും ഉൾപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു എന്നതാണ് വേദനാജനകമായിരിക്കുന്നത്. കാരണം ഇവയുടെ ഉപഭോക്താക്കൾ ഈ തെറ്റുകൾ ചെയ്യുന്നവരും കൂടി ഉൾപ്പെട്ടതാണന്നും ഇതിന്റെ ദൂഷ്യഫലങ്ങൾ ഇവരേയും ഇവരുടെ വരും തലമുറയേയും ബാധിക്കുന്നതുമാണന്ന വസ്തുത തിരിച്ചറിയാതെ പോകുന്നതും കഷ്ടം തന്നെ.

ചീഫ് എഡിറ്റർ

All rights reserved. Views exposed by the writers are not necessarily those of the effective publications or the editor or the publisher and they accept no responsibility for them. All objections, disputes, differences, claims & proceedings are subject to Kottayam jurisdiction.

പരസ്യം സാമൂഹ്യ പ്രതിബദ്ധതയെ താലി ചാർത്തുമ്പോൾ

പരസ്യങ്ങൾ രൂപം മാറുമെന്നും പരസ്യദാതാവും പരസ്യ സ്യഷ്ടാവും അതിനനുസരിച്ചു മാറ്റങ്ങൾ ഉൾകൊള്ളാൻ തയ്യാറാവണമെന്നും ഒരു നൂറ്റാണ്ടു മുൻപേ ബാരറ്റ് പ്രവചിച്ചു. അല്ലെങ്കിൽ നിങ്ങൾ മാർക്കറ്റിൽ നിന്നും തൂത്തെറിയപ്പെടുമെന്നും അദ്ദേഹം മുന്നറിയിപ്പ് തന്നു.

'മൊട്ടു സൂചിക്കു പോലും പരസ്യം' പലപ്പോഴും മലയാളികൾ പരിഹസിക്കുന്നതു കേൾക്കാം. പക്ഷെ ഒന്നോർക്കണം, ആദ്യ അച്ചടിപരസ്യമായി കണക്കാക്കുന്ന ചൈനയിലെ Jinan Liu's ന്റേതു ഒരു നെയ്തു സൂചികടയുടെ പരസ്യമായിരുന്നു. ഒരു ആയിരം വർഷം മുമ്പുതന്നെ സൂചിയുടെ പരസ്യം വന്നു തുടങ്ങിയെന്നു സാരം.അതിനും ഏകദേശം ആയിരം വർഷങ്ങൾക്കു മുന്നേ തന്നെ പ്രാചീന ഈജിപ്തുകാർ ഇന്നത്തെ പേപ്പറിന്റെ പ്രാഗ് രൂപമായ 'പാപ്പിറസിൽ' എഴുതി പരസ്യ പോസ്റ്ററുകൾ കൈമാറ്റം ചെയ്തിരുന്നതായി കാണുന്നു. 4000 ബിസിയിലുള്ള ചില ശിലാലിഖിതങ്ങളും, ചുമർ ചിത്രങ്ങളും പരസ്യത്തിന്റെ ആദ്യകാല മുഖമാണെന്നു ചില ചരിത്രകാരന്മാർ പറയുന്നു. കാര്യങ്ങൾ ഇങ്ങനെയൊക്കെ ആണെങ്കിലും മോഡേൺ അഡ്വെർടൈസ്മെന്റ് കാലഘട്ടം തുടങ്ങുന്നത് 16 ആം നൂറ്റാണ്ടിൽ വെനിസിലുള്ള ഒരു വീക്കിലി ഗസറ്റിലാണെന്നു അനുമാനിക്കുന്നു. അതായത് ഇന്നത്തെ പത്രപരസ്യത്തിന്റെ ആദ്യരൂപം!

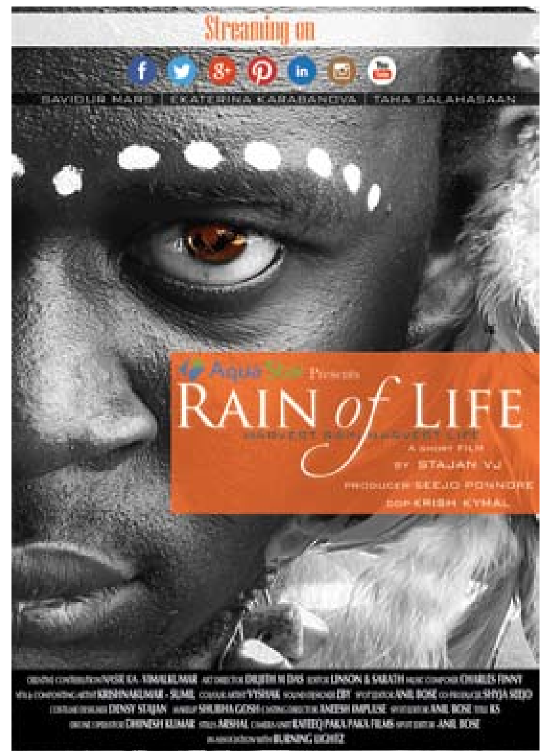
18 ആം നൂറ്റാണ്ടിൽ പാരീസ് ആസ്ഥാനമായിട്ടുള്ള La Presse ന്യൂസ് പേപ്പർ എഡിറ്റർ Emile De Giardin ആണ് പത്രത്തിന്റെ വില്പനനിരക്കു കുറച്ചു പ്രചാരം കൂട്ടാൻ ആദ്യമായി പത്രപരസ്യത്തെ ആശ്രയിക്കുന്നത്. ഇന്നത്തെ പത്രങ്ങളുടെ റോൾ മോഡൽ അദ്ദേഹമാണെന്നു ഉറപ്പിക്കാം.

എന്നിരുന്നാലും മോഡേൺ അഡ്വെർടൈസ്മെന്റിന്റെ അച്ഛനായി കണക്കാക്കുന്നത് ലണ്ടൻ കാരനായ Thomas P Baratt നെയാണ്.

'ഗുഡ് മോർണിംഗ്, ഹാവ് യു യൂസ്ഡ് പെയേഴ്സ് സോപ്പ്?' എന്ന പത്രപരസ്യത്തോടെ അങ്ങനെ ഒരു യുഗം പിറവികൊണ്ടു.

1941 ജൂലായ് 1 നു ന്യൂയോർക്കിലെ WNBT ചാനലിൽ Bulova Watch Co യുടെ പരസ്യം സംപ്രേഷണം ചെയ്തതോടെ 'ടെലിവിഷൻ പരസ്യലോകം' എന്നൊരു ഭൂതവും കുപ്പിതുറന്നു പുറത്തുവന്നു. ഇന്നത്തെ പ്രമുഖ ബ്രാൻഡുകളെ ശൂന്യതയിൽ നിന്നും ഭൂതം സൃഷ്ടിച്ചു.

എങ്കിലും പരസ്യവിപ്ലവം അതുകൊണ്ട് അവസാനിക്കുന്നില്ല. ടെലിവിഷന് ശേഷം ന്യൂ ഏജ് മീഡിയകളുടെ



കുത്തൊഴുക്കിൽ സോഷ്യൽ മീഡിയ പരസ്യങ്ങളും കഴിഞ്ഞ പത്തുവർഷം കൊണ്ട് നമ്മൾ കണ്ടു.

പരസ്യങ്ങൾ രൂപം മാറുമെന്നും പരസ്യദാതാവും പരസ്യ സൃഷ്ടാവും അതിനനുസരിച്ചു മാറ്റങ്ങൾ ഉൾകൊള്ളാൻ തയ്യാറാവണമെന്നും ഒരു നൂറ്റാണ്ടു മുൻപേ Barratt പ്രവചിച്ചു. അല്ലെങ്കിൽ നിങ്ങൾ മാർക്കറ്റിൽ നിന്നും തൂത്തെറിയപ്പെടുമെന്നും അദ്ദേഹം മുന്നറിയിപ്പ് തന്നു.

ഇന്ന് കാലത്തിനനുസരിച്ചു പരസ്യങ്ങളും പരസ്യരംഗവും മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഫേസ്ബുക് പോലുള്ള സോഷ്യൽ മീഡിയയുടെ വരവും whatsapp പോലുള്ള ചാറ്റിങ് ആപ്പിന്റെ തരംഗവും, യൂട്യൂബ് പോലുള്ള വീഡിയോ സ്ട്രീമിംഗ് സൈറ്റുകളുടെ പ്രചാരവും ഇന്ന്

മറ്റൊരു പരസ്യ തരംഗത്തിന് വഴിയൊരുക്കുന്നു. ന്യൂസ് പേപ്പറിന് വേണ്ടി, ടിവിക്കു വേണ്ടി എന്ന് പറയുന്ന പോലെ 'വൈറലാക്കാൻ' ഒരു പരസ്യം എന്ന് ബ്രാൻഡുകൾ ചിന്തിക്കാൻ തുടങ്ങി.

സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ താരതമ്യേന പ്രചാരണ ചിലവ് കുറവാണ് എന്നത് പരസ്യദാതാവിന്റെ പ്രധാന ആകർഷണമാണ്. അതോടൊപ്പം തന്നെ കൃത്യതയുള്ള വ്യൂവെർഷിപ് ഡാറ്റ കിട്ടുന്നു, തങ്ങൾക്കു ആവശ്യമുള്ള ഏജ് ഗ്രൂപ്പിനെയും വിഭാഗങ്ങളെയും തിരഞ്ഞെടുക്കാൻ പറ്റുന്നു എന്നുള്ളത് മറ്റു ആകർഷണങ്ങൾ.

ഇത്തരം മാറ്റങ്ങൾ ഉൾക്കൊണ്ട് പുതിയ ഒരു വിഭാഗം പരസ്യങ്ങൾ കേരളത്തിലും ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടാൻ തുടങ്ങി. ഒന്ന് രണ്ടു ഹോട്ടലുകൾ ഇത്തരം മാതൃക പരീക്ഷിച്ചു വിജയിപ്പിച്ചവരാണ്.

പൂർണമായും പരസ്യങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കാൻ കഴിയാത്ത സാമൂഹ്യ പ്രതിബദ്ധതയുള്ള മറ്റൊരു വിഭാഗം വിഡിയോകൾ ഇതിനിടെ തരംഗമാകുന്നു.

ചില ബ്രാൻഡുകൾ തങ്ങളുടെ കോർപ്പറേറ്റ് സോഷ്യൽ റെസ്പോണ്സിബിലിറ്റി (C S R) ഫണ്ട് ഉപയോഗിച്ച് സാമൂഹ്യ പ്രതിബദ്ധതയുള്ള വിഡിയോകൾ നിർമിച്ചു വിതരണം ചെയ്യുന്നു. മറ്റു ചില ബ്രാൻഡ്സ് തങ്ങളുടെ പ്രോഡക്റ്റ് സമൂഹത്തിനു വേണ്ടി ചെയ്യുന്നത് എന്താണെന്ന് വ്യക്തമാക്കാൻ ഈ മാർഗം ഉപയോഗിക്കുന്നു.

ഇത്തരത്തിൽ നമ്മുടെ കേരളത്തിൽ നിർമിച്ച ചില വിഡിയോകൾ സോഷ്യൽ മീഡിയായിൽ തരംഗമാകുന്നു. ഈസ്റ്റേണിന്റെ 'ഭൂമിക'യും, അക്വസ്റ്റാറിന്റെ 'റെയിൻ ഓഫ് ലൈഫും' ഇത്തരത്തിലുള്ള വീഡിയോകളിൽ മുന്നിൽ നിൽക്കുന്നു. ഒരു ചെറിയ ചലച്ചിത്രത്തിന്റെ (ഷോർട് ഫിലിം) ആഖ്യാനരീതിയിൽ വൈകാരികതയും, തമാശയും വേണ്ടവിധത്തിൽ ചാലിച്ച് പ്രേക്ഷകരെ കയ്യിലെടുക്കുന്നു ഇത്തരം വിഡിയോകൾ. തങ്ങളുടെ പ്രൊഡക്ടിന്റെ വിവരണത്തിന് അമിതപ്രാധാന്യം നൽകാതെ, എന്നാൽ തങ്ങളാണ് ഇതിന്റെ പിന്നിൽ എന്ന് പറയാതെ പറഞ്ഞു ഇത്തരം ബ്രാൻഡുകൾ ജനമനസുകളിൽ ചേക്കേറുന്നു. പരസ്യത്തിന് ലഭിക്കുന്നതിനേക്കാൾ സ്വീകാര്യത ഇത്തരം സോഷ്യൽ റെസ്പോൺസിബിലിറ്റി വിഡിയോകൾക്കുണ്ട് എന്നാണു കാഴ്ചക്കാരുടെ പ്രതികരണത്തിൽനിന്നും മനസിലാകുന്നത്. ഫേസ്ബുക്ക്, യൂട്യൂബ് എന്നിവയിലെ പോസ്റ്റിനു കീഴെയുള്ള പ്രതികരണങ്ങളും, WhatsApp പോലെയുള്ള മീഡിയയിലെ 'ഷെയർ' കണക്കുകളും അതിനെ ശരിവെക്കുന്നു.

ഈ ലക്കത്തിൽ ഇത്തരത്തിൽ മുൻപേ പറക്കുന്ന പക്ഷിയായ അക്വസ്റ്റാറിന്റെ 'റെയിൻ ഓഫ് ലൈഫ്' പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു.

'Water is Precious' എന്ന statement ഉന്നയിക്കുന്ന സബ്ജെക്റ്റ്. പ്രമുഖ പരസ്യചിത്ര സംവിധായകൻ സ്റ്റാജൻ വി ജെ അണിയിച്ചൊരുക്കിയ ഈ 5 മിനിറ്റ് ഷോർട് ഫിലിം നിർമിച്ചിരിക്കുന്നത് അക്വസ്റ്റാറിനു വേണ്ടി സീജോ പോന്നോർ, അതോടൊപ്പം ദൃശ്യമികവ് പകർന്നിരിക്കുന്നത് കൃഷ് കൈമൾ.

സമൃദ്ധമായ പച്ചപ്പുള്ള സ്ഥലത്തുനിന്ന് ഒരു സഫാരിയ്ക്ക് തിരിക്കുന്ന യുവ മിഥുനങ്ങൾ. അവർ യാത്ര ചെയ്തിരുന്ന ചെറു വിമാനം തകർന്നു മരുഭൂമിയിൽ അകപ്പെടുകയാണ്. അപകടത്തിന്റെ ആഘാതം തീരും മുൻപ് കയ്യിലുള്ള അവസാന തുള്ളിവെള്ളവും തീർന്നു.

















അവശരായി അലഞ്ഞു തിരിഞ്ഞു നടന്ന അവർക്ക് രക്ഷപ്പെടാനും വെള്ളത്തിനും ഒരു വഴിയും കണ്ടെത്താൻ കഴിയുന്നില്ല. പ്രതീക്ഷകൾ അസ്തമിച്ചു, മരണമടുത്തെന്നു അവർക്ക് തോന്നിത്തുടങ്ങി.

അപ്പോഴാണ് ദൈവദൂതനെപോലെ ഒരു ആദിവാസി അവർക്കരികിലേക്കു എത്തുന്നത്. മാത്രമല്ല അയാളുടെ മൺകൂജയിൽ വെള്ളവുമുണ്ടായിരുന്നു. അയാൾ ശത്രുവല്ല എന്നു മനസ്സിലാക്കിയപ്പോൾ അവരുടെ സന്തോഷത്തിനു അതിരുകളില്ലാതായി...

ചോദിച്ചെങ്കിലും പക്ഷെ അയാൾ വെള്ളം കൊടുക്കാൻ തയ്യാറായില്ല. ഡോളറും, ഡയമൻഡ്ഉം കൊടുത്തിട്ടും തന്റെ അധികാരചിഹ്നമായ തൂവൽ കിരീടം മാത്രമേ അയാൾ തിരിച്ചു കൊടുത്തുള്ളു. വെള്ളം മാത്രം കൊടുക്കുന്നില്ല.

ബലം പ്രയോഗിച്ചു കീഴ്പ്പെടുത്താൻ ശ്രമിച്ചപ്പോൾ ആക്രമിക്കാൻ തുനിഞ്ഞു. പിന്നെ അയാൾ ഓടി രക്ഷപെടുകയാണ് ചെയ്തത്.

അങ്ങിനെ ആ നാഗരികർക്കു മനസിലാകുന്നു ഡോളറിനേക്കാളും ഡയമൻഡ്നേക്കാളും മൂല്യമേറിയത് വെള്ളമാണെന്ന് !

അവർ വെള്ളത്തിന് വേണ്ടി കേണു മരണം കാത്തു കിടക്കുന്നിടത്തു end titles scroll ചെയ്യുന്നു.

സപ്പോർട്ടഡ് by AquaStar എന്നെഴുതിവരുന്നിടത്തു മാത്രമേ ബ്രാൻഡ് സാന്നിധ്യം ഉള്ളൂ. ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ മഴവെള്ള പാത്തി നിർമാതാക്കളായ AquaStar പക്ഷെ ശക്തമായി ഒരു സാമൂഹ്യവിപത്തിനെ ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നുണ്ട്. അതോടൊപ്പം ബ്രാൻഡ് പ്രെസൻസ് നിലനിർത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. AquaStar നു വേണ്ടി കൊച്ചി ആസ്ഥാനമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന BurningLights Production ആണ് 'റെയിൻഓഫ് ലൈഫ്' അണിയിച്ചൊരുക്കിയത്.

ഫലപ്രദമായി മഴവെള്ളം ശേഖരിച്ചില്ലെങ്കിൽ നിറഞ്ഞ പച്ചപ്പിൽ നിന്നും മരുഭൂമിയിലേക്കു അധികദൂരമില്ലെന്നും ഈ ഷോർട് ഫിലിം ഓർമിപ്പിക്കുന്നു.

ബ്രാൻഡുകൾ സാമൂഹ്യമാധ്യമങ്ങളെ പരസ്യത്തിലൂടെ തങ്ങളുടെ നേട്ടത്തിനുള്ള ചൂണ്ടകൊളുത്തായി മാത്രം ഉപയോഗിക്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കുന്ന ഈ കാലത്തു തങ്ങളുടെ ഉറച്ച സാമൂഹ്യ പ്രതിബദ്ധത AquaStar ഈ വീഡിയോയിലൂടെ തുറന്നുകാണിക്കുന്നു. ലോകമെങ്ങുമുള്ള വിവിധ പരിസ്ഥിതി സോഷ്യൽ മീഡിയ കമ്മ്യൂണിറ്റികൾ ഈ വീഡിയോ ഏറ്റെടുത്തിരിക്കുന്നു. കാലപ്രസക്തമായ ഉള്ളടക്കം ആക്ഷേപഹാസ്യത്തിലൂടെ ശക്തമായ ഒരു താക്കീതു നൽകി അവതരിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു വെറും 5 മിനിട്ടുള്ള ഈ ഷോർട് ഫിലിം.

ഒരു സമയം മഴകൊണ്ട് പ്രളയവും മറ്റൊരു സമയം കടുത്ത വരൾച്ചയും നേരിടുന്ന കേരളത്തിനും ഒരുപാട് ഈ ഷോർട്ഫിലിമിൽ നിന്നും പഠിക്കാനുണ്ട്. മഴയെ കടലിലേക്ക് ഒഴുക്കിവിടാതെ കുടിവെള്ളമായി ശേഖരിക്കാൻ നമ്മൾ ഇനിയും പഠിക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. ●

തയാറാക്കിയത്:
ശ്രാവൺ ശരത്

ഈ ഷോർട്ട്ഫിലിമിന്റെ നിർമ്മാണത്തിനു പ്രേരകമായ കാര്യങ്ങളെപ്പറ്റി നിർമ്മാതാവ് സീജോ പോന്നോർ, സംവിധായകൻ സ്റ്റാജൻ വി.ജെ. എന്നിവർ സംസാരിക്കുന്നു.

'റെയിൻ ഓഫ് ലൈഫ്'നു പ്രചോദനം ?

സീജോ പോന്നോർ : ലോകത്തിലെ ഒരു അത്ഭുത പ്രതിഭാസമാണ് മൺസൂൺ. അതിന്റെ ഏറ്റവും വലിയ ഗുണഭോക്താക്കളാണ് നമ്മൾ കേരളീയർ. മൂന്നു മാസത്തോളം നല്ല മഴ ലഭിക്കുന്ന കേരളം ഒരു ആറുമാസം കഴിഞ്ഞാൽ വരൾച്ച നേരിടുന്നു. ഫലപ്രദമായി മഴവെള്ളം ശേഖരിച്ചില്ലെങ്കിൽ നമ്മൾ ഒരു മരുഭൂമിയിലേക്കുള്ള യാത്രയിലാണെന്നു തോന്നി. നമ്മൾ ജനിച്ചു വളർന്ന നാടിനെ ഓർത്താണ് റെയിൻ ഓഫ് ലൈഫ് ആശയം മുളച്ചതെങ്കിലും ഒരു ലോക വീക്ഷണത്തിൽ അത് അവതരിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു. നമ്മുടെ ഭൂമിയിൽ എവിടെയും ഇത് സംഭവിക്കാം. ആ ഒരു വീക്ഷണകോണിൽ ആണ് ഷോർട് ഫിലിം അവതരിപ്പിച്ചത്. വിദേശ അഭിനേതാക്കളെയും ലൊക്കേഷനുകളും അത്തരമൊരു കാഴ്ചപ്പാടിലാണ് തിരഞ്ഞെടുത്തത്. നമ്മുടെ വരദാനമായ മഴവെള്ളം ഫലപ്രദമായി ശേഖരിക്കാൻ പഠിച്ചില്ലെങ്കിൽ നിറഞ്ഞ പച്ചപ്പിൽ നിന്നും മരുഭൂമിയിലേക്ക് അധികദൂരം ഇല്ല എന്നുള്ളത് ഒരു യാഥാർഥ്യമാണ്.

സ്റ്റാജൻ വി.ജെ. : അതുകൊണ്ടു തന്നെ ഷോർട് ഫിലിമിന്റെ തുടക്കം ഒരു ഗ്രീൻ ഫീൽഡ് എയർ സ്ട്രിപ്പിൽ നിന്നാണ് തുടങ്ങുന്നത്. യുവ മിഥുനങ്ങളുമായി ആ ചെറു വിമാനം ടേക്ക് ഓഫ് ചെയ്യുന്നത് ഒരു നിബിഢ വനത്തിനു മുകളിലൂടെയാണ്. കണ്ണിനു കുളിർമ്മ നൽകുന്ന കാട്ടരുവിയും വെള്ളച്ചാട്ടവും വന്യമൃഗങ്ങളെയും പിന്നിട്ടു ഭയപ്പെടുത്തുന്ന ഒരു മരുഭൂമിക്ക് മുകളിലെത്തുന്നു. അവിടെ വച്ച് എൻജിൻ ഫൈലിയർ ആയി വിമാനം മരുഭൂമിയിൽ പതിക്കുന്നു. ഒരിറ്റു വെള്ളത്തിന് വേണ്ടി ദാഹിച്ചു മരണമടുക്കുന്ന സമയത്തു അവർ കാണുന്ന ഒരു ആദിവാസി ഗോത്രത്തലവൻ അവരുടെ ആശ്വാസമാകുന്നു. ഡോളറും വജ്രാഭരണങ്ങളും നൽകിയിട്ട് പോലും തന്റെ അധികാര ചിഹ്നമായ തൂവൽ കിരീടം വിട്ടുനൽകിയെങ്കിലും അയാൾ തന്റെ മൺകൂജയിലുള്ള വെള്ളം നൽകാൻ തയ്യാറാകുന്നില്ല. വെള്ളത്തിന് വേണ്ടി ഗോത്രത്തലവനെ ആക്രമിക്കാൻ അവർ ശ്രമിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും അയാൾ ആയുധം കൊണ്ടിവരെ നേരിട്ടു ഓടി രക്ഷപ്പെടുകയാണ്.

അത് കുറച്ചു ക്രൂരമല്ലേ ?

സ്റ്റാജൻ വി.ജെ. : അതെ തീർച്ചയായും. ഈ ഷോർട് ഫിലിമിൽ അഭിനയിക്കുമ്പോൾ ആദിവാസി ഗോത്രത്തലവനായി അഭിനയിക്കുന്ന കെനിയക്കാരൻ സേവ്യേർ മാർസ് എന്നോട് ചോദിച്ചു 'അവസാനം ഒരിറ്റു വെള്ളമെങ്കിലും കൊടുക്കുന്നത് ഷോട്ടിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിക്കൂടേ' എന്ന്. അയാൾ വളരെ സങ്കടത്തോടെയാണ് അത് പറഞ്ഞത്.'വെള്ളം കിട്ടാതെ മരിക്കുമ്പോൾ ഞങ്ങൾ ആഫ്രിക്കക്കാർ ഒരിക്കലും അതു നൽകാതെ ഓടിമറയില്ല' അയാൾ കുറ്റബോധത്തോടെ എന്നോട് പറഞ്ഞു. അത് സത്യമാണ് അവർ അത്ര ശുദ്ധരും ആത്മാർത്ഥത ഉള്ളവരുമാണ്. പുറത്തു മാത്രമേ കറുപ്പുള്ളൂ, മനസ് നല്ല വെളുപ്പാണ് .

ഞാൻ വിഷമിച്ചു നിൽക്കുന്ന സേവിയറിനോട് പറഞ്ഞു. 'കുഴപ്പമില്ല. ഞങ്ങൾ വെള്ളം കുടിക്കാതെ മരിച്ചാലും അതു കർമ്മ ഫലമാണ്. ഇത്രയും ശുദ്ധ മഴവെള്ളം കിട്ടുമ്പോൾ അത് ഓടയിലേക്കു ഒഴുക്കിവിട്ടു കുഴൽ കിണർ കുത്തുന്നവരാണ് ഞങ്ങൾ. അനുഭവിക്കണം, മരണത്തിനു മുമ്പുള്ള ദാഹം അനുഭവിക്കണം!


സ്റ്റാജൻ വി.ജെ


സീജോ പോന്നോർ

ഈ ഷോർട് ഫിലിമിൽ ഒരു പാട് സാങ്കേതിക വിദ്യ ഉപയോഗിച്ചിട്ടുണ്ടെന്നു കാണാം. പല ലോക്കേഷനിലൂടെ യാത്ര ചെയ്തു. വിശാലമായ ഒരു ആഖ്യാന രീതിയും ദൃശ്യ മികവും ഉണ്ട്. ഇത് ഒരു ബിഗ് ബഡ്ജറ്റ് ഷോർട് ഫിലിം ആണോ ?

സ്റ്റാജൻ വി.ജെ.: 'ഗുണനിലവാരത്തിനു വേണ്ട പണം ചിലവഴിച്ചിട്ടുണ്ട്, പിന്നെ കൂടെ നിൽക്കാൻ സമാനചിന്താഗതിയുള്ള ഒരു പ്രൊഡ്യൂസറെ കിട്ടി - സീജോ പോന്നോർ. മഴവെള്ള സംഭരണത്തിന്റെ ആവശ്യകത മുന്നിൽ കണ്ട് ഒരു പതിറ്റാണ്ടു മുന്നേ തന്നെ ചരിഞ്ഞ റൂഫിൽ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന മഴവെള്ള പാത്തികൾ വാണിജ്യാടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉത്പാദിപ്പിച്ച തൃശ്ശൂരിൽ നിന്നുള്ള ഒരു വ്യവസായിയാണ് അദ്ദേഹം. അക്വാസ്റ്റാറിനു വേണ്ടി അദ്ദേഹമാണ് ഈ ഷോർട് ഫിലിം നിർമിച്ചിരിക്കുന്നത്.

ചോദിച്ചപോലെ ഒട്ടനവധി സാങ്കേതികവിദ്യ ഈ ഷോർട്ഫിലിമിനെ ഭംഗിയോടെ അവതരിപ്പിക്കുന്നതിൽ പങ്കു വഹിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഒരേ സമയം ഒരു ഡ്രോൺ, സ്റ്റെഡി കാം എന്നിവ അടക്കം നാല് കാമറകൾ, ഒറിജിനൽ സെസ്ന 150 വിമാനവും അതോടൊപ്പം വിദേശ സഹായത്തോടെ ചെയ്ത അതെ വിമാനത്തിന്റെ 3D മോഡലും വിദഗ്ധമായി ഉപയോഗിച്ചിട്ടുണ്ട്. ലൈവ്, അനിമേഷൻ, ലൈറ്റിംഗ്, ടെക്സ്ച്ചറിങ്, കോംപോസിറ്റിങ് എന്നിവ കൃത്യമായി വിന്യസിക്കാൻ പോസ്റ്റ് പ്രൊഡക്ഷനു 4 മാസത്തോളം സമയമെടുത്തു. മാർച്ച് 22 'വേൾഡ് വാട്ടർ ഡേ' യ്ക്ക് സമയബന്ധിതമായി റിലീസ് ചെയ്യാൻ 3D റെൻഡറിങ് ജോലികൾക്കു വിദേശ റെൻഡർ സ്ഥാപനങ്ങളെ ആശ്രയിച്ചു.

മനുഷ്യസ്പർശം തീർത്തും കുറവായ ഒരു മരുഭൂമിയും അതിന്റെ പ്രാന്തപ്രദേശവുമാണ് ഷൂട്ടിന് തിരഞ്ഞെടുത്തത്. അഭിനേതാക്കളായ സാമുവൽ മാർസ്, കത്രീന, താഹ എന്നിവർ പൊള്ളുന്ന വെയിലും ചൂടും കൊണ്ട് അക്ഷരാർത്ഥത്തിൽ അധികം മേക്കപ്പ് ഇല്ലാതെ തന്നെ കഥാപാത്രങ്ങളായി മാറി. അവരുടെ ക്ഷമയക്കു മുന്നിൽ കൂപ്പുകൈ. പിന്നെ ക്യാമറക്കു പിന്നിൽ നിന്ന് ദൃശ്യ മികവ് പകർന്നത് പ്രശസ്ത ഛായാഗ്രാഹകൻ കൃഷ് കൈമൾ ആണ്. കുറഞ്ഞ ക്രൂ മെംബേർസ് മാത്രമേ ഞങ്ങൾക്കുണ്ടായിരുന്നുള്ളൂ. മരുഭൂമിയിലെ തളർന്നു പോകുന്ന കനത്ത വെയിലിലും ഉന്മേഷത്തോടെ ഒരു ഷോട്ടിൽ പോലും കോമ്പ്രമൈസ് ചെയ്യാതെ അദ്ദേഹം ഓടി നടന്നു ഷൂട്ട് ചെയ്തു. 'നാക്കു പെന്റാ നാക്കു ടാക്കാ' എന്ന കെനിയയിൽ ഷൂട്ട് ചെയ്ത മലയാളപടത്തിന്റെ ഛായാഗ്രാഹകനും കൃഷ് ആയിരുന്നു.

അതോടൊപ്പം ആർട് ഡയറക്ടർ ദിൽജിത് എം ദാസും കൂടാതെ അനിമേഷൻ സൂപ്പർവൈസർമാരായ കൃഷ്ണകുമാർ, സുമിൽ, എഡിറ്റർമാരായ ശരത്, ലിൻസൺ. കളറിസ്റ് വൈശാഖ്, പോസ്റ്റ് പ്രൊഡക്ഷൻ, കോസ്റ്റ്യൂംസ് എന്നിവ കൈകാര്യം ചെയ്തു ഡെൻസി, ക്രീയേറ്റീവ് സപ്പോർട്ടോടെ നസീർ, വിമൽ പ്രകാശ്, മ്യൂസിക് ഡയറക്ടർ ചാൾസ് ഫിന്നി, സൗണ്ട് ഡിസൈനർ എബി എന്നിവർ 'റെയിൻ ഓഫ് ലൈഫ്'സാധ്യമാക്കാൻ ഒരേ മനസോടെ കൂടെ നിന്നു.

കൂടെ നല്ലൊരു ടീം ഉണ്ടെങ്കിൽ അസാധ്യമായത് സാധ്യമാക്കാം.



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

സ്വരൂപം

രാജ്യത്തെ കിടിലംകൊള്ളിച്ച ടി.എൻ. ശേഷൻ

ഒട്ടേറെ വിചിത്രമായ പെരുമാറ്റത്തിന് വിളിപ്പെട്ട പാലക്കാട്ടു തിരുനെല്ലി മഠത്തിലെ നാരായണ അയ്യർ ശേഷൻ ഒരു കാലത്ത് ലോകത്തെ ഏറ്റവും വലിയ ജനാധിപത്യ രാഷ്ട്രീയ മത്സരവേദിയെ ഒരേകാധിപതിയെപ്പോലെ നിയന്ത്രിച്ച അമ്പയർ ആയിരുന്നു. മറ്റോരർത്ഥത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ, രാജ്യത്തെ കിടിലംകൊള്ളിച്ച ഒരേ ഒരു തെരഞ്ഞെടുപ്പു കമ്മിഷണറായിരുന്നു ടി.എൻ. ശേഷൻ. കമ്മിഷന്റെ അധികാരമെന്താണെന്നു സ്ഥാനാർഥികളും രാഷ്ട്രീയപാർട്ടികളും അറിഞ്ഞകാലം. തെരഞ്ഞെടുപ്പിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റേത് അവസാനവാക്കായിരുന്നു.



നിയമത്തിന്റെ വളയംവിട്ടു കളിക്കാൻ ആരെയും അനുവദിച്ചില്ല. ഈ മലയാളിയുടെ ആർജവവും തലയെടുപ്പുമുള്ള മറ്റൊരു കമ്മിഷണറും ഉണ്ടായിട്ടില്ല. ഇനി ഉണ്ടാകുമോ എന്നും അറിയില്ല.

മാതൃകാപെരുമാറ്റച്ചട്ടം കർശനമായി നടപ്പിലാക്കിത്തുടങ്ങിയതും വോട്ടർമാർക്ക് തിരിച്ചറിയിൽകാർഡ് നൽകിയതും ശേഷനായിരുന്നു. സ്ഥാനാർഥിക്ക് ചെലവിടാവുന്ന തുകയ്ക്ക് പരിധി നിശ്ചയിച്ചതും അദ്ദേഹമായിരുന്നു. തെരഞ്ഞെടുപ്പ് നടക്കുന്ന സംസ്ഥാനത്തിന് പുറത്തുനിന്നു നിരീക്ഷകരെയും കമ്മിഷൻ ഉദ്യോഗസ്ഥരെയും നിയോഗിച്ചതും അക്കാലത്തു തന്നെ.1990–96 കാലത്തായിരുന്നു ടിയാന്റെ ഭരണം. 40,000ത്തോളം സ്ഥാനാർഥികളുടെ വരുമാന വെട്ടിപ്പുകളും തെറ്റായ സമർപ്പണങ്ങളും കർശനമായി പരിശോധിച്ച് അവയിൽ 14,000പേരെ തെരഞ്ഞെടുപ്പിൽ നിന്നും അയോഗ്യരാക്കി.

സുതാര്യവും കാര്യക്ഷമവുമായി തെരഞ്ഞെടുപ്പ് നടക്കാൻ കാരണം അദ്ദേഹം കൊണ്ടുവന്ന പരിഷ്കാരങ്ങളാണ്. പണം നൽകിയും ഭീഷണിപ്പെടുത്തിയും സമ്മതിദായകരെ സ്വാധീനിക്കുന്നതു നിർത്താനുമായി വോട്ടെടുപ്പു ദിവസത്തെ മദ്യവിതരണവും ഔദ്യോഗിക സംവിധാനം ദുരുപയോഗം ചെയ്യുന്നതു നിർത്തിയതും ശേഷന്റെ വിപ്ലവകരമായ മാറ്റങ്ങളായിരുന്നു.

ജാതിയുടെയും മതത്തിന്റെയും പേരു പറഞ്ഞുള്ള പ്രചാരണം വിലക്കിയ അദ്ദേഹം, ആരാധനാലയങ്ങൾ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള പ്രചാരവേലകൾ തടഞ്ഞു. ലൗഡ് സ്പീക്കർ ഉപയോഗത്തിന് മുൻകൂർ അനുമതി നിർബന്ധമാക്കിയും തെരഞ്ഞെടുപ്പു കമ്മിഷന്റെ അധികാരം ബോധ്യപ്പെടുത്തി.

ക്യാബിനറ്റ് സെക്രട്ടറി റാങ്കിലായിരുന്ന അദ്ദേഹം പത്താമത്തെ മുഖ്യതെരഞ്ഞെടുപ്പു കമ്മിഷണറായി 1990ലാണ് ചുമതലയേറ്റത്. 1950–ൽ ആദ്യത്തെ കമ്മിഷണറായ സുകുമാർ സെൻ മുതൽ ഒരുമാസം കസേരയിലിരുന്ന വി.എസ്. രമാദേവി വരെയായിരുന്നു മുൻഗാമികൾ.

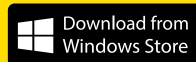
ആധികാരികമായ നിർദേശങ്ങൾ പുറപ്പെടുവിക്കാനും പാർട്ടികളെ പെരുമാറ്റച്ചട്ടത്തിന്റെ വരച്ചവരയിൽ നിർത്താനും ശേഷനായി. രാജ്യത്ത് ഇന്നു തെരഞ്ഞെടുപ്പു പ്രക്രിയ സുതാര്യമായതിന്റെ മുഖ്യപങ്കും അദ്ദേഹത്തിന്റേതാണ്. ഗുണ്ടകളേയും പണച്ചാക്കുകളേയും തെരഞ്ഞെടുപ്പുഗോദയിൽ നിന്ന് ആട്ടിപ്പായിച്ച ഈ വീരന് മാഗ്സസേ പുരസ്ക്കാരമുൾപ്പടെ ഒട്ടേറെ ബഹുമതികൾ കിട്ടിയിട്ടുണ്ട്. ഈ വിപ്ലവനായകന് അഭിവാദ്യമർപ്പിക്കട്ടെ. ഇന്നിപ്പോഴദ്ദേഹം ചെന്നൈയിൽ ആൾവാർപ്പേട്ടയിലെ സെന്റ് മേരീസ് സ്ട്രീറ്റിൽ കേരളീയ മാതൃകയിൽ പണികഴിപ്പിച്ച നാരായണീയം എന്ന ഭവനത്തിൽ ഏറെ ശാരീരിക അവശതകളോടെ കഴിഞ്ഞുകൂടുന്നു. ഭാര്യ മരിച്ചതോടെയാണ് തീർത്തും അവശനായത്. മക്കളില്ല. വിശ്വനാഥൻ എന്ന ബന്ധുവാണിപ്പോൾ ഉള്ള ഏക ആശ്രയം.

Quickerala ഉണ്ടെങ്കിൽ
കാര്യം നിസ്സാരം

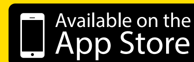
Your Search | Location | SEARCH

എന്ത് ബിസിനസ്സ് നടത്തുന്നവരുടേയും കോൺടാക്റ്റ് ഡീറ്റെയിൽസിനായി ലോഗോൺ ചെയ്യൂ

അല്ലെങ്കിൽ app ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യൂ







Quickerala.com

Kerala's largest online business directory

Customer Care : 04812222222

mail: support@quickerala.com

പരിഭാഷ: ബോബ്ന ആന്റോ



സജിത റഷീദ്
ചീഫ് മെന്റർ
മൈൻഡ് മോജോ



ഞാൻ കമ്പനിക്ക് പരസ്യത്തോടുള്ള വിയോജിപ്പറിയിച്ച് മെയിലയച്ചു. സെക്കന്റുകൾക്കുള്ളിൽ കമ്പനിയുടെ എം ഡി നേരിട്ട് വിളിച്ചു സംസാരിച്ചു. അവരുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങില്ലെന്നു തീരുമാനിച്ചിരുന്ന ഞാൻ അദ്ദേഹത്തിന്റെ മറുപടിയിൽ തൃപ്തയാകുകയും തീരുമാനം പിൻവലിക്കുകയും ചെയ്തു.



ഉപഭോക്താവിനെ നിലനിർത്താൻ



പുതിയ ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കാൻ ധാരാളം പണം ചെലവഴിക്കുന്ന നിരവധി കമ്പനികളെ എനിക്കറിയാം. ഉപഭോക്താക്കളെ കണ്ടെത്താൻ ശ്രമിക്കുന്നതിൽ തെറ്റില്ല. പക്ഷേ അവരിൽ എത്രപേർ നിലവിലുള്ള ഉപഭോക്താവിനെ നിലനിർത്താൻ ശ്രമിക്കാറുണ്ട്, അതിനുവേണ്ടി പണം ചെലവഴിക്കാറുണ്ട്?

അടുത്തകാലത്ത് എനിക്കുണ്ടായ രണ്ട് അനുഭവങ്ങൾ പങ്കുയ്ക്കാം. ഓൺലൈനായി സീഫുഡ് വിൽക്കുന്ന ഒരു കമ്പനിയിൽ നിന്ന് ഞാൻ സ്ഥിരമായി സാധനങ്ങൾ വാങ്ങിയിരുന്നു. ഗുണനിലവാരമുള്ള മത്സ്യങ്ങൾ വൃത്തിയായി പാക്ക് ചെയ്ത് കൃത്യസമയത്തു തന്നെ വീട്ടിൽ എത്തിക്കാറുള്ള കമ്പനിയായിരുന്നു അത്. എന്നാൽ ഒരിക്കൽ ആ കമ്പനിയുടെ പരസ്യം കാണാനിടയായ ഞാൻ സ്തംഭിച്ചുപോയി. അതിന്റെ ഉള്ളടക്കം ലൈംഗിക ചുവ നിറഞ്ഞതും, ഭുരിഭാഗം വരുന്ന ഉപഭോക്താക്കളായ സ്ത്രീകളെ അധിക്ഷേപിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ളതുമായിരുന്നു. എന്റെ സുഹൃത്തുക്കളായ സ്ത്രീകളും പരസ്യത്തോട് വിയോജിക്കുകയും ഓൺലൈനായി പ്രസ്തുത കമ്പനിയുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾ ഓർഡർ ചെയ്യില്ലെന്ന് തീരുമാനിക്കുകയും ചെയ്തു.



ഞാൻ കമ്പനിക്ക് പരസ്യത്തോടുള്ള വിയോജിപ്പ റിയിച്ച് മെയിലയച്ചു. സെക്കന്റുകൾക്കുള്ളിൽ കമ്പ നിയുടെ എംഡി നേരിട്ട് വിളിച്ചു സംസാരിച്ചു. അദ്ദേ ഹമോ കമ്പനിയിലെ മേലധികാരികളോ അങ്ങനെ യൊരു പരസ്യം കണ്ടിട്ടില്ലെന്നും, അറിവോടെയല്ലാ തെ പ്രചരിക്കുന്ന പരസ്യത്തിൽ ഖേദിക്കുന്നുവെന്നും മറുപടി നൽകി. അവരുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങി ല്ലെന്നു തീരുമാനിച്ചിരുന്ന ഞാൻ അദ്ദേഹത്തിന്റെ മറുപടിയിൽ തൃപ്തയാകുകയും തീരുമാനം പിൻവ ലിക്കുകയും ചെയ്തു. ആ എംഡിയുടെ സമീപനം ഒരു ഉപഭോക്താവിനെ കൂടെനിർത്താൻ അവരുടെ കമ്പനിയെ സഹായിച്ചു.

പായ്ക്കറ്റിൽ ലഭിക്കുന്ന അരി വാങ്ങിയ മറ്റൊരു അനുഭവം പറയാം. പായ്ക്കറ്റിന്റെ ചില ഭാഗങ്ങളിൽ തുള വീണിട്ടുണ്ടായിരുന്നു. ടോൾ ഫ്രീ നമ്പറിൽ വിളിച്ചപ്പോൾ മറുപടി ലഭിക്കുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിച്ചില്ല. എന്നാൽ ഏരിയ മാനേജർ ഫോൺ എടുക്കുകയും നേരിട്ട് സംസാരിക്കുകയും ചെയ്തു. അദ്ദേഹത്തോട് ഞാൻ കാര്യങ്ങൾ വിശദീകരിച്ചപ്പോൾ കമ്പനി പ്രതി നിധികൾ നേരിട്ടെത്തി പായ്ക്കറ്റ് തിരിച്ചെടുക്കുകയും പകരം കുറച്ചധികം അരി നല്ല പായ്ക്കറ്റുകളിൽ സമ്മാനമായി നൽകുകയും ചെയ്ത് മാപ്പ് പറഞ്ഞു. ആ ബാച്ചിൽ കടയിലെത്തിയ പാക്കറ്റുകൾ തിരിച്ചെ ടുക്കാൻ നടപടി സ്വീകരിക്കുകയും ചെയ്തു. ഒരു ഉപ ഭോക്താവെന്ന നിലയിൽ ആ കമ്പനിയുടെ സമീപനം എന്നെ സന്തോഷിപ്പിക്കുകയും അവരുടെ കസ്റ്റമറായി തുടരാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു.





ഉപഭോക്താക്കളെ നിലനിർത്താൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന വർ താഴെ പറയുന്ന കാര്യങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കുക

- **കമ്പനിയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മൂല്യാധി ഷ്ഠിതമാകണം.**
- **ഉപഭോക്താവിന് ബന്ധപ്പെടാവുന്ന മെയിൽ അല്ലെങ്കിൽ ഫോൺ നമ്പർ പ്രവർത്തന ക്ഷമമായിരിക്കണം.**
- **സംശയങ്ങൾക്കും ആശങ്കകൾക്കും എത്രയും പെട്ടെന്ന് മറുപടി നൽകണം.**
- **മാന്യമായ സംസാരം പെരുമാറ്റം എന്നിവ കമ്പനി വക്താക്കളുടെ മുഖമുദ്രയായിരി ക്കണം.**
- **തെറ്റുകൾ പറ്റിയാൽ ക്ഷമാപണത്തിന് മടി ക്കരുത്. വൈകരുത്.**
- **ആദ്യ പർച്ചേസിൽ മാത്രമല്ല തുടർന്നും ഉപ ഭോക്താവിനെ കരുതുക, പരിഗണിക്കുക.**

SCALING GREATER HEIGHTS IN NEWS & VIEWS



Our Publications:



DEEPIKA
The First Malayalam Daily



RASHTRA DEEPIKA
Largest Selling Evening Daily



BUSINESS DEEPIKA
Economic & Financial Fortnightly



KARSHAKAN
Agricultural Monthly



STHREEDHANAM
Women's Monthly



RASHTRA DEEPIKA CINEMA
Film Fortnightly



KUTTIKALUDE DEEPIKA
Malayalam Children's Fortnightly



CHILDREN'S DIGEST
Children's English Monthly

Online Versions

deepika.com
deepikamatrimonial.com
rashtradeepika.com
deepikaclassifieds.com



Since 1887



DEEPIKA
RASHTRA DEEPIKA LTD.
College Road,
Kottayam -686 001, Kerala
Tel: 0481 – 2566706, 3012222
Email: deepikaktm@deepika.com
visit us at www.deepika.com

Our Recent Attainments

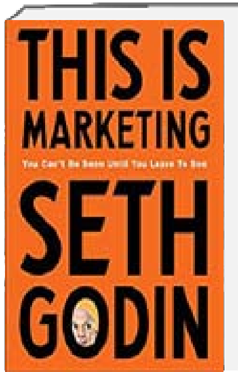
- New modern multi-colour with UV printing facility
- Colour printing on all pages
- Improved fonts & layout

We also undertake quality colour printing job-works

THIS IS MARKETING

by Seth Godin

പുസ്തക പരിചയം



Over the past quarter century, Seth Godin has taught and inspired millions of entrepreneurs, marketers, leaders, and fans from all walks of life, via his blog, online courses, lectures, and bestselling books. He is the inventor of countless ideas and phrases that have made their way into mainstream business language, from Permission Marketing to Purple Cow to Tribes to The Dip.

Now, for the first time, Godin offers the core of his marketing wisdom in one accessible, timeless package. At the heart of his approach is a big idea: Great marketers don't use consumers to solve their company's problem; they use marketing to solve other people's problems. They don't just make noise; they make the world better. Truly powerful marketing is grounded in empathy, generosity, and emotional labour.

This book teaches you how to identify your smallest viable audience; draw on the right signals and signs to position your offering; build trust and permission with your target market; speak to the narratives your audience tells themselves about status, affiliation, and dominance; spot opportunities to create and release tension; and give people the tools to achieve their goals.

It's time for marketers to stop lying, spamming, and feeling guilty about their work. It's time to stop confusing social media metrics with true connections. It's time to stop wasting money on stolen attention that won't pay off in the long run. This is Marketing offers a better approach that will still apply for decades to come, no matter how the tactics of marketing continue to evolve.

Paper back available at Amazon for Rs.426/- and Kindle edition Rs.369/-

EFFECTIVE ADCOM ഇഫെക്റ്റീവ് ആഡ്കോം



വാങ്ങുക വായിക്കുക സൂക്ഷിച്ചുവെയ്ക്കുക

To read online
www.effectiveadcom.com

Effective Publications
Mughal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam, Kerala - 686 002
Ph: 0481 2561791, 098460 57461, effectiveadcom@gmail.com,

Subscription Form

Subscription Offer	No. of Issues	Price	You Pay	You Save
1 year	12	Rs. 600/-	Rs. 540/-	Rs. 60/-
2 years	24	Rs. 1200/-	Rs. 1000/-	Rs. 200/-
3 years	36	Rs. 1800/-	Rs. 1400/-	Rs. 400/-

Yes, I wish to subscribe to EFFECTIVE ADCOM.
Send me 12 issues of ADCOM for Rs. **540/-** ☐
24 issues for Rs.**1000/-** ☐ 36 issues for Rs. **1400/-** ☐

Name : ....
Address : ....
....
....
District : .... Pin : ....
Mobile : .... Email : ....
Enclosed DD/Cheque No : ....
Name of the Bank : ....
Date : .... Sd/- ....

You can transfer the amount to A/c No. 10941011001020, IFSC : ORBC0101094, Oriental Bank of Commerce, Kottayam, A/c Name: Effective Publications
Please inform your name and address after transferring the amount.

Special Combo Offer



₹110

1 year subscription of Effective Adcom
+ അസാദ്ധ്യമായതിനെ സാദ്ധ്യമാക്കുവാൻ
Total worth ₹ ~~710/-~~
Now at ₹**600**/- only

ADVERTISING STANDARDS COUNCIL OF INDIA (ASCI) PROCESSES COMPLAINTS AGAINST 415 ADVERTISEMENTS



ASCI PROCESSES COMPLAINTS AGAINST 415 ADVERTISEMENTS, OF WHICH 373 WERE REGARDING MISLEADING CLAIMS

In December 2018 and January 2019, ASCI investigated complaints against 415 advertisements, of which the advertisers ensured corrective action for 125 advertisements as soon as they received the complaints from ASCI. ASCI's Consumer Complaints Council (CCC) upheld complaints against 230 advertisements from a total of 290 advertisements evaluated by them. Of these 230 advertisements, 106 belonged to the education sector, 61 to the healthcare sector, 32 to the food & beverages sector, Nine to personal care, and 22 were from the 'others' category.

Among several advertisements that were examined, the CCC observed that in two separate cases renowned cricketers were endorsing liquor brands that did not meet the ASCI Guidelines for Qualification of Brand Extension of Product or Service. Additionally, a famous Bollywood celebrity was seen endorsing two face cream product variants of the same brand, both made absolute claims of removal of skin marks which were unsubstantiated and hence misleading. Advertisements for two hair oil brands featuring celebrities were also considered misleading. Claims regarding mosquito repellent product by a famous Bollywood celebrity and claims regarding an online pharmacy endorsed by a cricketer were considered to be unsubstantiated. These advertisements were in violation of ASCI Guidelines on Celebrities in Advertising.

D. Shivakumar, Chairman, ASCI said, "Being a self-regulatory organisation in advertising, ASCI's efforts have always been towards protecting the interest of consumers.

A significant number of complaints looked into by the CCC pertained to Education sector arising out of Suo Motu surveillance activity by ASCI followed by Healthcare products and services. The most common reason for upholding complaints were unsubstantiated and exaggerated claims that exploit consumers' lack of knowledge.

D. Shivakumar, Chairman, ASCI said, "Being a self-regulatory organisation in advertising, ASCI's efforts have always been towards protecting the interest of consumers. In order to create mass consumer awareness about objectionable advertisements, Ministry of Information and Broadcasting (MIB) issued an advisory for a scroller to be carried by all TV broadcasters in support of self-regulation for grievance against objectionable advertisements that refers to ASCI. With more and more TV channels carrying the ASCI WhatsApp number 77100 12345 in a scroller, there has been over a tenfold increase in consumers reaching out to ASCI.

Giving below few examples of advertisements were in violation of ASCI's Guidelines for Celebrities in Advertising. The advertisers did not provide any evidence to show that the celebrities did due diligence prior to lending their name to the endorsements, to ensure that all description, claims and comparisons made in the advertisement are capable of substantiation:

1. Allied Blenders and Distillers Pvt Ltd (Officers Choice Blue Snacks): In two advertisements, celebrity MS Dhoni was seen endorsing surrogate advertisements for the promotion of a liquor product – Officer's Choice Blue. The advertisements are misleading by implication and contravened Chapters I.1, I.4 and III.6 (b) of the ASCI Code. Furthermore, the advertisements did not meet the requirements of the ASCI Guidelines for Qualification of Brand Extension Product or Service and thereby contravened Chapter III.6 (a) of the ASCI Code.

2. United Spirits Ltd (Royal Challenge Sports Drink): In the advertisement, famed cricketer Virat Kohli was seen pulling the emergency chain in a train. When the train stops, he says it is a bold move to pull the emergency chain. The advertisement is a surrogate advertisement for promotion of liquor product - Royal Challenge whisky. The advertisement is misleading by implication as it did not meet the requirements as per ASCI's Guidelines for Qualification of Brand Extension of Product or Service and thereby contravened Chapter III.6 (a) of the ASCI Code. The advertiser also did not submit any testimonials, or evidence of celebrity's consent for the claims.

3.Bajaj Corp Ltd (Bajaj Nomarks Ayurvedic Antimarks Cream): The advertisement's claim, "No Nishaan" is an absolute claim and implies that the product delivers such results which will leave no mark on the skin under any condition irrespective of individual skin type, which was not substantiated as the study results did not support complete removal of marks. Additionally, the product claim of being "New" was not justified since it was only a change in packaging graphics and the disclaimer was also not on the same front panel, thus the product pack claim of "New" is misleading by ambiguity and implication. Additionally, the advertisement featuring celebrity Taapsee Pannu was found to violate the ASCI Guidelines for Celebrities in Advertising.

4. Bajaj Corp Ltd (Bajaj Nomarks Ayurvedic Antimarks Cream): The front panel of the product pack claims "NEW" but the disclaimer added on the back of the pack reads, i.e. "New Pack Graphics", which is a violation of ASCI Guidelines for Disclaimers. The advertisement featuring celebrity Taapsee Pannu was also found to violate the ASCI Guidelines for Celebrities in Advertising.

5.Marico Ltd (Hair and Care Fruit Oil): The advertisement's claim, "Hair & Care Fruit Oil has nutrition of Olive and Vitamin E oil", was inadequately substantiated and was misleading by implication as the Advertiser did not provide any evidence showing some measure of nutrition provided by the ingredients. The advertisement featuring celebrity Shraddha Kapoor was also found to violate the ASCI Guidelines for Celebrities in Advertising.



D. Shivakumar, Chairman, ASCI

Like these there are 415 advertisements facing scrutiny and legal action for violalting ASCI norms. ●

About The Advertising Standards Council of India (ASCI)

The Advertising Standards Council of India (ASCI), established in 1985, is committed to the cause of self-regulation in advertising ensuring the protection of the interest of consumers. ASCI seeks to ensure that advertisements conform to its Code for Self-Regulation, which requires advertisements to be legal, decent, honest and truthful and not hazardous or harmful while observing fairness in competition. ASCI looks into complaints across ALL MEDIA such as Print, TV, Radio, hoardings, SMS, Emailers, Internet / website, product packaging, brochures, promotional material and point of sale material etc. ASCI's role has been acclaimed by various Government bodies including The Department of Consumer Affairs (DoCA), Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), Ministry of AYUSH as well as the Ministry of Information and Broadcasting. The association with these Government bodies is to co-regulate and curb misleading and objectionable advertisements in the respective sectors. In January 2017, the Supreme Court of India in its judgement has also affirmed and recognized the self-regulatory mechanism as an effective pre-emptive step to statutory provisions in the sphere of advertising content regulation for TV and Radio in India. ASCI is a part of the Executive Committee of International Council on Ad Self-Regulation (ICAS). Among several awards bestowed by the European Advertising Standards Alliance (EASA), ASCI bagged two Gold Global Best Practice Awards for the Mobile App "ASCIonline" (2016) and for reducing the time taken to process complaints (2013).

ഗൂഗിൾ പഠനപദ്ധതി 'ബോലോ'

ഇംഗ്ലീഷ്, ഹിന്ദി ഭാഷകൾ ഇനി ഗൂഗ്ൾ പഠിപ്പിക്കും. ഇംഗ്ലീഷും ഹിന്ദിയും പഠിക്കാൻ പ്രയാസമുള്ള കുട്ടികളെ ഇനി കൂടുതൽ എളുപ്പത്തിൽ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത് എങ്ങനെ എന്ന് പഠിപ്പിക്കാൻ പുതിയ ആപ്പുമായി രംഗത്തെത്തിയിരിക്കുകയാണ് ഗൂഗിൾ. 'ബോലോ' എന്ന ആപ്പിലൂടെ പ്രീ പ്രൈമറി ക്ലാസുകളിലെ കുട്ടികൾക്ക് ഹിന്ദി, ഇംഗ്ലീഷ് എന്നീ ഭാഷകൾ എളുപ്പം പഠിക്കാനാകും.

ഇംഗ്ലീഷോ ഹിന്ദിയോ വായിക്കുമ്പോൾ കുട്ടികൾക്കുണ്ടാകുന്ന തെറ്റുകൾ തിരുത്തി പറഞ്ഞുകൊടുക്കുന്ന വിധത്തിലാണ് ഗൂഗിൾ പുതിയ ആപ്പ് രൂപകൽപ്പന ചെയ്തിരിക്കുന്നത്. ഓഫ്‌ലൈനായും ഉപയോഗിക്കാവുന്ന ആപ്പാണ് ബോലോ. ഒരു ദിവസം 15 മിനിറ്റ് ആപ്പ് ഉപയോഗിച്ചാൽ തന്നെ കുട്ടികൾക്ക് ഇരു ഭാഷകളിലും മികവ് കൈവരിക്കാൻ സാധിക്കും എന്നാണ് ഗൂഗിൾ ഇന്ത്യ പ്രോജക്റ്റ് മാനേജർ നിതിൻ കശ്യപ് പറയുന്നത്.

ഹിന്ദിയിലും ഇംഗ്ലീഷിലുമുള്ള പാഠങ്ങളോ, കഥകളോ കുട്ടികൾ ഉച്ചത്തിൽ വായിക്കുമ്പോൾ തെറ്റുകൾ സംഭവിച്ചാൽ ആപ്പിനുള്ളിലുള്ള 'ദിയ' എന്ന 'ബിൽറ്റ് ഇൻ റീഡിംഗ് ബഡി' തെറ്റുകൾ തിരുത്തി കുട്ടികൾക്ക് ശരിയായ രീതിയിൽ പറഞ്ഞുകൊടുക്കും.

ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോക്താക്കളുടെ എണ്ണം ഉയരുന്നു

ഇന്ത്യയിലെ 493 ദശലക്ഷം സ്ഥിര ഉപയോക്താക്കളിൽ 293 ദശലക്ഷം പേർ പട്ടണങ്ങളിൽ താമസിക്കുന്നവരാണ്. ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ 200 ദശലക്ഷം സജീവ ഉപയോക്താക്കളുണ്ട്. വിപണിയിലെ ഗവേഷണ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ 2018 ലെ റിപ്പോർട്ടു പ്രകാരം ഇന്ത്യയിലെ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോക്താക്കളുടെ എണ്ണത്തിൽ 18% വാർഷിക വളർച്ചയുണ്ടായി. 2018 ഡിസംബറിൽ കണക്കാക്കിയ ഉപയോക്താക്കളുടെ എണ്ണം 566 ദശലക്ഷം ആണെന്നാണ്. 2019 ൽ ചെയ്യപ്പെടുന്ന റിപ്പോർട്ട് പ്രകാരം ഈ വർഷാവസാനത്തോടെ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോക്താക്കളുടെ എണ്ണം 627 മില്യൻ ആയി ഉയരുവാൻ സാദ്ധ്യതയുണ്ട്. ഇന്റർനെറ്റിൽ പ്രവേശിക്കുന്നതിനുള്ള ഉപകരണമായി 97% പേരും മൊബൈൽ ഫോണാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോക്താക്കളുടെ എണ്ണത്തിലുണ്ടാകുന്ന ഈ വർദ്ധനവ് പുതിയ പുതിയ ബിസിനസ് സാദ്ധ്യതകളിലേക്ക് വിരൽ ചൂണ്ടുന്നു.

പെപ്പർ അവാർഡ്സിന്റെ 13 –ാമത് എഡിഷൻ എൻട്രികൾ ക്ഷണിക്കുന്നു

പെപ്പർ ക്രിയേറ്റീവ് അവാർഡ്സ് ട്രസ്റ്റ് സംഘടിപ്പിക്കുന്ന Pepper-2019 ലേക്ക് എൻട്രികൾ ക്ഷണിക്കുന്നു. സൗത്ത് ഇൻഡ്യയിലെ അഡ്വർടൈസിംഗ് ഏജൻസികൾ, പ്രൊഡക്ഷൻ ഹൗസുകൾ, പ്രിന്റേഴ്സ്, ഫോട്ടോഗ്രാഫേഴ്സ് എന്നിവരിൽ നിന്നാണ് അപേക്ഷകൾ ക്ഷണിച്ചിരിക്കുന്നത്. പ്രമുഖ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് പ്രൊഫഷണലുകൾ ഉൾപ്പെടുന്ന പാനലാണ് അവാർഡുകൾ നിർണയിക്കുന്നത്.

JURY MEMBERS

Prathap Suthan: Co-founder and CCO,Bang In The Middle

K.V. Sridhar: Co-Founder and CCO, Hypercollective

Raj Nair: CEO and CCO, Madison BMB

Burzin Mehta: Group Creative Director, Ogilvy Mumbai

who were also jury members of many international awards including that of Cannes Film Festival, One Show and Goa International Film Festival.

CATEGORIES

The competition will be open to categories such as Agency of the Year Award, Advertiser of the Year, Print, Film, OOH, Radio, Digital, Integrated, Photography, Typography, Copywriting, Art Direction, Illustration, Collaterals, Direct Mailer, Design, Public Service/CSR, Film Craft, Radio Craft and Kerala Specific- Jewellery, Real Estate, Textile, Hospitality, Ayurveda, Media. The winners will be presented with Gold, Silver, and Bronze awards and certificates.

The last date to receive entries: **April 16, 2019**
For more details:
call: 98956 60000, 98460 50589
or visit www.pepperawards.com

പരസ്യ ഭീമന്മാരായ ജെ വാൾട്ടർ തോംസണും (JWT) വണ്ടർമാനും ലയിക്കുന്നു

ജെ വാൾട്ടർ തോംപ്സണും വണ്ടർമാനും ലയിച്ച് 'വണ്ടർമാൻ തോംസൺ' എന്ന പുതിയ സ്ഥാപനമായി.

ന്യൂയോർക്കിൽ ഹെഡ്ക്വാർട്ടേഴ്സുള്ള അമേരിക്കൻ മാർക്കറ്റിംഗ് & കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ കമ്പനിയാണ് JWT. വേൾഡ് വൈഡ് സാന്നിധ്യമുള്ള ഇതിൽ 10000 ൽ അധികം ജോലിക്കാരുണ്ട്. ആദ്യകാല വമ്പൻ ബ്രാൻഡുകളുടെ പരസ്യങ്ങളാണ് JWT ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്.

എഴുപതു രാജ്യങ്ങളിലായി 200 ഓഫീസുകളുള്ള അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് കമ്പനിയാണ് വണ്ടർമാൻ. ഡയറക്റ്റ് മാർക്കറ്റിംഗിലൂടെ വലിയ വളർച്ച കൈവരിച്ച സ്ഥാപനമാണിത്. 1961 ൽ അമേരിക്കൻ അസോസിയേഷൻ ഓഫ് അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് ഏജൻസീസിന്റെ (4A's) അംഗീകാരം ലഭിച്ചു. ആഗോളതലത്തിൽ, യുകെ, യൂറോപ്പ്, യുഎസ് തുടങ്ങിയ വിപണികളിൽ വണ്ടർമാൻ വളരെ മുന്നിലാണ്.

തോംപ്സൺ ചെയർമാനും, ഗ്രൂപ്പ് സിഇഒയുമായ തരുൺ റായ് ആണ് രാജ്യത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ പരസ്യ കമ്പനിയുടെ ലയനത്തിന് ചുക്കാൻ പിടിക്കുന്നത്.

ലക്ഷ്മി മേനോൻ പുതിയ ദ ന്യൂ ഇന്ത്യൻ എക്സ്പ്രസ് സി.ഇ.ഒ.



ദ ന്യൂ ഇൻഡ്യൻ എക്സ്പ്രസിന്റെ സി.ഇ.ഒ. ആയി ലക്ഷ്മി മേനോൻ ചുമതലയേറ്റു. മാദ്ധ്യമരംഗത്ത് മാർക്കറ്റിങ്ങിൽ മികച്ച പരിചയസമ്പത്തുമായാണ് ലക്ഷ്മി മേനോൻ പുതിയ സ്ഥാനത്തെത്തുന്നത്. 28 വർഷത്തിലേറെക്കാലം, ടൈംസ് ടെലിവിഷൻ, എബിസിഎൽ, എസ്എപി തുടങ്ങിയ പ്രിന്റ്, ടെലിവിഷൻ രംഗത്ത് നിരവധി മാധ്യമ ഗ്രൂപ്പുകളിൽ പ്രവർത്തിച്ചിട്ടുണ്ട്. 22 വർഷമായി ദ ന്യൂ ഇൻഡ്യൻ എക്സ്പ്രസ് ഗ്രൂപ്പുമായി ചേർന്ന് പ്രവർത്തിക്കുന്നു. സ്പെയ്സ് മാർക്കറ്റിങ്ങിൽ തുടങ്ങി പടിപടിയായ വളർച്ചയിലൂടെയാണ് ഇപ്പോൾ സി.ഇ.ഒ. സ്ഥാനത്തെത്തിയിരിക്കുന്നത്.

ഇന്ത്യൻ ഇ–കൊമേഴ്സ് മാർക്കറ്റ് 2021 ൽ 84 ബില്ല്യൺ ഡോളർ

രാജ്യത്ത് ഇ-കൊമേഴ്സ് മാർക്കറ്റ് അതിവേഗം വളരുന്നതായി റിപ്പോർട്ടുകൾ സൂചിപ്പിക്കിന്നു. 2017 ൽ 20 ബില്ല്യൺ ഡോളർ ആയിരുന്നത് 2021 ൽ 84 ബില്യൺ ഡോളറാകുമെന്നാണ് റിപ്പോർട്ട്.

അതിവേഗം വളരുന്ന സമ്പദ്ഘടനയും മികച്ച ജനസംഖ്യാശാസ്ത്രവും ഇന്ത്യയിലെ ഉപഭോക്തൃ ബിസിനസുകാർക്ക് അനുകൂലമായ കാഴ്ചപ്പാടാണ് നൽകുന്നത്. ഈ ഘടകങ്ങൾ ഇന്ത്യയിലെ ചില്ലറ വിപണിയുടെ വളർച്ചയ്ക്ക് ഊർജ്ജം പകരും. ഏഷ്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ മൂന്നാമത്തെ റീട്ടെയിൽ വിപണിയാണ് ഇന്ത്യ. ലോകത്തെ നാലാമത്തെ വലിയ റീട്ടെയിൽ വിപണിയും.

ഇന്ത്യയിലെ ചില്ലറ വ്യാപാരം 2021 ഓടെ 1.21 ട്രില്യൺ ഡോളറായി ഉയരുമെന്നാണ് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത്. രാജ്യത്ത് ഇന്റർനെറ്റ് വ്യാപകമാകുന്നതോടെ, അന്താരാഷ്ട്ര റീട്ടെയിൽ ശൃംഖലയും ഇന്ത്യയിൽ വ്യാപിക്കും. സംഘടിത ചില്ലറവ്യാപാര മേഖലയുടെ സംഭാവന 2017 ൽ 12 ശതമാനമായിരുന്നത് 2021 ഓടെ 22–25 ശതമാനം ആയി ഉയരുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു.

Homage



അഷിത (1956– 2019)

ചെറുകഥകളിൽ തുറന്നു പറച്ചിലിന്റെ പുതിയൊരു ലോകം സൃഷ്ടിച്ച അഷിത മനോഹരങ്ങളായ ബാലസാഹിത്യ കൃതികളുടെ കർത്താവാണ്. സ്ത്രീജീവിതത്തിന്റെ വിഹ്വലതകളും വ്യാകുലതകളും വരച്ചുകാട്ടുന്ന കഥകളിലൂടെയാണ് അഷിത വായനക്കാരുടെ പ്രിയപ്പെട്ട എഴുത്തുകാരിയായത്. കവിതകളും ബാലസാഹിത്യകൃതികളും ആത്മീയഗ്രന്ഥങ്ങളും രചിച്ചിട്ടുണ്ട്. വിസ്മയചിഹ്നങ്ങൾ, അപൂർണവിരാമങ്ങൾ, അഷിതയുടെ കഥകൾ, മഴമേഘങ്ങൾ, ഒരു സ്ത്രീയും പറയാത്തത്, മയിൽപ്പീലി സ്പർശം, കല്ലുവച്ച നുണകൾ, കുട്ടികളുടെ രാമായണം, കുട്ടികളുടെ മഹാഭാരതം തുടങ്ങിയവയാണ് കൃതികൾ. 2017ലെ സംസ്ഥാന സാഹിത്യ അക്കാദമി ചെറുകഥാ പുരസ്ക്കാരം അഷിതയുടെ കഥകൾ എന്ന കൃതിക്കു ലഭിച്ചു. ലളിതാബിംക അന്തർജനം അവാർഡ്, ഇടശ്ശേരി അവാർഡ്, പത്മരാജൻ അവാർഡ്, ലളിതാംബിക അന്തർജനം സ്മാരക സാഹിത്യഅവാർഡ് എന്നിവയും ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. റഷ്യൻ കവിതകൾ പദവിന്യാസങ്ങൾ എന്ന പേരിൽ വിവർത്തനം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. അലക്സാണ്ടർ പുഷ്കിന്റെ കവിതകൾ മലയാളത്തിലേക്ക് മൊഴിമാറ്റിയത് അഷിതയാണ്. 63 -ാം വയസിൽ 2019 മാർച്ച് 27ന് അന്തരിച്ചു.

ലക്ഷ്യ സദസ്സ്
(Target audience)

ഒരോ പരസ്യത്തിനും അതിന്റേതായ ഉപഭോക്താക്കളുണ്ട്. വളരെ ശ്രദ്ധയോടെ, സൂക്ഷ്മത യോടെ കൈകാര്യം ചെയ്യേണ്ട ഈ വിഭാഗത്തെ ലക്ഷ്യസദസ്സ് എന്ന് സാമാന്യമായിപ്പറയാം. അവരെ ലക്ഷ്യം വച്ചുകൊണ്ടാണ് പരസ്യം ഡിസൈൻ ചെയ്യുന്നത്.

പരസ്യം ശരം പോലെയാണ്. വില്ലിൽ നിന്ന് ഒരു പ്രത്യേക ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് സൂഷ്മതയോടെ അയയ്ക്കുന്ന ശരം. ലക്ഷ്യത്തിൽ കൃത്യമായി തറച്ചു കഴിഞ്ഞാൽ വിജയം സുനിശ്ചിതം. ലക്ഷ്യം കണ്ടെത്തുകയാണ് പ്രധാനം.

ഒരോ പരസ്യത്തിനും അതിന്റേതായ ഉപഭോക്താക്കളുണ്ട്. വളരെ ശ്രദ്ധയോടെ, സൂക്ഷ്മതയോടെ കൈകാര്യം ചെയ്യേണ്ട ഈ വിഭാഗത്തെ ലക്ഷ്യസദസ്സ് എന്ന് സാമാന്യമായിപ്പറയാം. അവരെ ലക്ഷ്യം വച്ചുകൊണ്ടാണ് പരസ്യം ഡിസൈൻ ചെയ്യുന്നത്.

ഒരുദാഹരണത്തിലൂടെ ഇത് വ്യക്തമാക്കാം.

മീൻകുട്ടപ്പനും മാർക്കറ്റിങ്ങും

നഗരമായാലും ഗ്രാമമായാലും പ്രഭാതത്തിൽ എല്ലാവരും കാണുന്ന കാഴ്ചയാണ് സൈക്കിളിൽ വീടുവീടാന്തരം കയറിയിറങ്ങുന്ന മീൻകച്ചവടക്കാരൻ. സ്ത്രീകളാണ് ഇഷ്ടന്റെ പ്രിയപ്പെട്ട കസ്റ്റമേഴ്സ്. വീട്ടമ്മമാരോട് തമാശകൾ പറഞ്ഞ്, വീട്ടിലെ കുറിഞ്ഞിപ്പൂച്ചയുടെ മനസ്സമാധാനം കളയുന്ന ഈ രസികൻ നല്ല ഒന്നാംതരം കോപ്പിറൈറ്ററാണ്.

വിൽപ്പനയുടെ സകല തന്ത്രങ്ങളും ഇയ്യാൾക്കു മനഃപ്പാഠമാണ്.

ഏതൊക്കെ മീനുണ്ട് കുട്ടപ്പാ, എന്നൊരു വീട്ടമ്മ ചോദിച്ചാൽ കുട്ടപ്പന്റെ ഉത്തരം ഉടൻ വന്നു കഴിയും.

മത്തിയുണ്ട്, അയലയുണ്ട്, ആകോലിയുണ്ട്

അയല നല്ലതാണോ എന്നെങ്ങാനും ചോദിച്ചാൽ മറുപടി റെഡി.

നല്ല ചോദ്യം? ഇപ്പം പിടിച്ചു കെട്ടിക്കാൻ കൊള്ളാവുന്ന ഇനമാ...

തീർന്നില്ല, കുട്ടപ്പൻ തുടരുകയാണ്.

ഇതേ, ആലപ്പുഴ കടപ്പുറത്തൂന്നു പിടിച്ചതാ. ആന്ധ്രയിൽ നിന്നല്ല.

കുട്ടപ്പന്റെ വാഗ്ധോരണിയിൽ വീട്ടമ്മ വീണു പോകും. പാത്രം നിറയെ നല്ല പിടയ്ക്കുന്ന അയലയുമായി പോകുന്ന വീട്ടമ്മയോട് കുട്ടപ്പൻ സ്വകാര്യമായി തിരക്കും.

കൊച്ചമ്മേ, ആരാ ഫ്ളാറ്റ് 6 ലെ പുതിയ താമസക്കാരൻ?

അതോ, ചാർട്ടേഡ് അക്കൗണ്ടന്റ് നാരായണസ്വാമി കുട്ടപ്പനു പറ്റില്ല.

കൊച്ചമ്മ ഒരു കള്ളച്ചിരിയോടെ പറയും,

ഓക്കെ, ആ ഫ്ളാറ്റിലേക്കൊന്നു നോക്കുക പോലും ചെയ്യാതെ കുട്ടപ്പൻ അടുത്ത ഫ്ളാറ്റിലേക്ക്...

ഒരോ ഉത്പന്നത്തിനും അതിന്റേതു മാത്രമായ ഒരു ലക്ഷ്യസദസ്സുണ്ട്.

ടാർഗറ്റ് ഓഡിയൻസ് എന്താണെന്നു വ്യക്തമായില്ലേ?

ടാർഗറ്റ് ഓഡിയൻസിനെ ലക്ഷ്യം വച്ചുകൊണ്ടു വേണം പരസ്യം രൂപകൽപ്പന ചെയ്യേണ്ടത്.

ലക്ഷ്യബോധത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം വിശദമാക്കുന്ന പ്രശസ്തമായ ഒരു കഥ മഹാഭാരതത്തിലുണ്ട്.

കാണേണ്ടതു മാത്രം കാണുക എന്ന സന്ദേശമാണ് ഈ കഥ നൽകുന്നത്.

ദ്രോണാചാര്യരുടെ കീഴിൽ രാജകുമാരന്മാർ ആയോധനാഭ്യാസം പൂർത്തിയാക്കി. ശിഷ്യന്മാരുടെ കഴിവുകൾ അളക്കുവാനായി ഒരു പരീക്ഷ നടത്തുവാൻ ഗുരു തീരുമാനി.ച്ചു. മരത്തിന്റെ ഇലകൾക്കിടയിൽ ദ്രോണർ ഒരു യന്ത്രപ്പക്ഷിയെ വച്ചു. തുടർന്ന്, ശിഷ്യരെ മൂപ്പനുസരിച്ചു വിളിച്ചു. ആദ്യം വന്നത് യുധിഷ്ഠരൻ. ഗുരു ലക്ഷ്യം കാണിച്ചു കൊടുത്ത ശേഷം ചോദിച്ചു.

യുധിഷ്ഠരാ, നീ എന്തു കാണുന്നു?

ഞാൻ മരവും കിളിയും അതിനുചുറ്റുമുള്ള ആകാശവും കാണുന്നു ഗുരോ.

യുധിഷ്ഠരൻ മറുപടി നൽകി. ദ്രോണർക്കു ദേഷ്യം വന്നു.

വിഢി, മാറി നിൽക്കു. ദുര്യോധനൻ വരട്ടെ. അഹങ്കാരത്തോടെയെത്തിയ ദുര്യോധനനും പരാജിതനായി മടങ്ങി.

അടുത്ത് അർജുനന്റെ ഊഴമായിരുന്നു. ഗുരു പതിവു ചോദ്യം ആവർത്തിച്ചു.

അർജുനാ, നീ എന്തു കാണുന്നു?

ഗുരോ, ഞാൻ കിളിയുടെ ഇടംകണ്ണുമാത്രം കാണുന്നു.

എങ്കിൽ ശരം എയ്തോളൂ.

ദ്രോണർ അനുമതി നൽകി. അർജുനന്റെ അമ്പ് കൃത്യതയോടെ ലക്ഷ്യത്തിലെത്തി. ദ്രോണർക്കു സന്തോഷമായി. അദ്ദേഹം ശിഷ്യരോടു പറഞ്ഞു.

ലക്ഷ്യം, അതുമാത്രമാവണം നാം കാണേണ്ടത്.

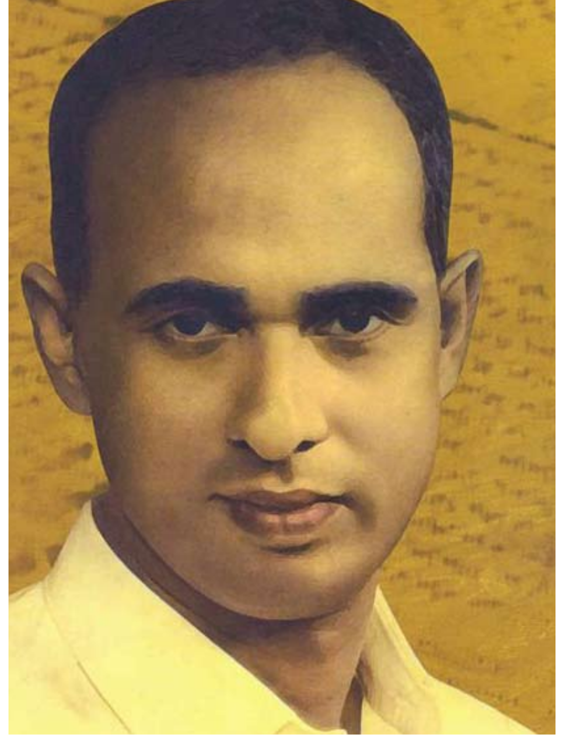
അഡ്വെർട്ടൈസിംഗിൽ വളരെ പ്രസക്തമാണ് 'ടാർഗറ്റ്' എന്നു വ്യക്തമായില്ലേ? ●



കെ.ആർ. മോഹൻദാസ്
കോപ്പിറൈറ്റർ
mohanmenon999@gmail.com

ശേഷം പത്ര വിശേഷം

വിസ്മയങ്ങൾ വേണ്ടുവോളം ഒരുക്കിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ വിടവാങ്ങലുകൾ! പത്രലോകത്തെ ഒളിയമ്പുകൾ! പത്രസ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഇടനാഴികളിൽ രൂപം കൊണ്ട കൊടുങ്കാറ്റുകൾ! കടലാസ് യുദ്ധങ്ങൾ! ഉഗ്രപ്രതാപികളായ പത്രാധിപന്മാരുടെ വീരകഥകൾ, കുതികാൽ വെട്ടൽ, പിടിച്ചടക്കൽ, പകപോക്കൽ എല്ലാം അനാവരണം ചെയ്യുന്ന പരമ്പര.



കാമ്പിശ്ശേരിയുടെ കഥ ജനയുഗത്തിന്റേയും

വലതു കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് പാർട്ടിയുടെ മുഖപത്രമെന്ന നിലയ്ക്ക് തുടങ്ങിയ ജനയുഗത്തെ കാമ്പിശ്ശേരി ജനമനസ്സുകളിലേക്ക് കുടിയിരുത്തി. പത്രവും വാരികയും മലയാള സാഹിത്യത്തിനും സംസ്ക്കാരത്തിനും പ്രഭ ചൊരിഞ്ഞുകൊണ്ടിരുന്നു.

കാമ്പിശ്ശേരി എന്ന മാന്ത്രികതയുള്ള നാമം പത്രപ്രവർത്തനമേഖലയിലേക്ക് ഞാൻ പ്രവേശിക്കും മുമ്പേ കേട്ടു തുടങ്ങിയതാണ്. പഠിക്കുന്നകാലം മുതൽ ഞങ്ങളെ വിസ്മയിപ്പിച്ച പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളായിരുന്നു ജനയുഗവും മലയാളരാജ്യവും ചിത്രവാരികയും. ഇതിൽ മലയാളരാജ്യം 1929ൽ കൊല്ലത്തുനിന്ന് വാരികയായി തുടങ്ങി. 1931ൽ ഇതേപേരിൽ പ്രഭാതപത്രവും പുറത്തിറങ്ങി. കോൺഗ്രസ് ആശയങ്ങൾ പ്രചരിപ്പിയ്ക്കാനായി തുടങ്ങിയ ഈ പത്രമാണ് കേരളത്തിലെ ദിവസേന ഇറങ്ങുന്ന ആദ്യത്തെ പ്രഭാത പത്രം. കെ.ജി.ശങ്കറായിരുന്നു ആദ്യ പത്രാധിപർ.

അസ്സോസിയേറ്റഡ് പ്രസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ, റോയിട്ടേഴ്സ് എന്നീ വാർത്ത ഏജൻസികളുടെ സഹകരണത്തോടെ ഏറ്റവും ആദ്യം ലോക വാർത്തകൾ റിപ്പോർട്ടു ചെയ്യുകയും കൃത്യസമയത്ത് മുടങ്ങാതെ പത്രം എത്തിക്കുകയും ചെയ്തിരുന്നു. അതിനുള്ള വാഹനങ്ങളും സ്വന്തമായി റോട്ടറി പ്രസ്സും, ബ്ലോക്ക് സ്റ്റുഡിയോയും മറ്റും അവർക്കുണ്ടായിരുന്നു.

എങ്കിലും പത്രാധിപരുടെ പേരിൽ അറിയപ്പെടുന്ന പ്രസിദ്ധീകരണം ജനയുഗമായിരുന്നു. അതിന്റെ സ്ഥാപക എഡിറ്റർ എം.എൻ.ഗോവിന്ദൻനായരായിരുന്നെങ്കിലും ജനയുഗത്തെ പ്രശസ്തിയിലെത്തിച്ചത് കാമ്പിശ്ശേരി എന്ന കരുണാകരൻ തന്നെയായിരുന്നു.



കാമ്പിശ്ശേരി കരുണാകരൻ, തെങ്ങമം ബാലകൃഷ്ണൻ, ആര്യാട് ഗോപി, വിതുര ബേബി, സി.ആർ.രാമചന്ദ്രൻ, ഇഗ്നേഷ്യസ് എന്നിവർ



കിട്ടുമ്മാവൻ

1947ൽ കൊല്ലത്തുനിന്ന് വാരികയായി തുടങ്ങി. 1953 നവംബർ 16മുതൽ ദിനപത്രമായി. 1953ൽ ആയിരുന്നു കാമ്പിശ്ശേരി ജനയുഗത്തിൽ ചേർന്നത്. കൊച്ചിക്കോ ചാന്നാരുടെ പുത്രനായി വള്ളിക്കുന്നത്തു ജനിച്ച കാമ്പിശ്ശേരി കരുണാകരൻ മദ്രാസ് മെട്രിക്കുലേഷൻ പ്രൈവറ്റായി എഴുതി പാസ്സായി. തുടർന്ന് നവകേരളം പത്രാധിപസമിതിയിൽ അംഗമായി. തിരുവനന്തപുരം സിറ്റി എഡിറ്ററായും പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നു. ദിനമണി ഉൾപ്പെടെ അര ഡസനോളം പത്രങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിച്ച കാമ്പിശ്ശേരി 1953ലാണ് ജനയുഗത്തിൽ ചേർന്നത്.

വലതു കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് പാർട്ടിയുടെ മുഖപത്രമെന്ന നിലയ്ക്ക് തുടങ്ങിയ ജനയുഗത്തെ കാമ്പിശ്ശേരി ജനമനസ്സുകളിലേക്ക് കുടിയിരുത്തി. പത്രവും വാരികയും മലയാള സാഹിത്യത്തിനും സംസ്കാരത്തിനും പ്രഭചൊരിഞ്ഞുകൊണ്ടിരുന്നു.

വൈക്കം ചന്ദ്രശേഖരൻ നായർ, തെങ്ങമം ബാലകൃഷ്ണൻ, കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് യേശുദാസൻ തുടങ്ങിയ പ്രഗൽഭരുടെ മേച്ചിൽപുറമായിരുന്നു ജനയുഗം. കേരളത്തിൽ നിത്യേനയുള്ള ബോക്സ് കാർട്ടൂൺ സ്ഥിരം കഥാപാത്രങ്ങളോടെ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടത് ജനയുഗത്തിൽ യേശുദാസൻ വരച്ചു തുടങ്ങിയ കിട്ടുമ്മാനിലൂടെയായിരുന്നു. മറ്റു പത്രങ്ങൾക്ക് ബോക്സ് കാർട്ടൂൺ തുടങ്ങേണ്ടതായി വന്നു. ദിനപത്രമെന്ന നിലയിൽ ഒരു പാർട്ടിപത്രത്തിന് എത്ര ഇടംവരെ പോകാനാകുമെന്ന് നന്നായി അറിയാവുന്ന കാമ്പിശ്ശേരി പത്രത്തെ നിലനിർത്തിക്കൊണ്ടു തന്നെ പ്രസിദ്ധീകരണ വൈവിധ്യത്തിലൂടെ വീടിന്റെ അകത്തളങ്ങളിലേക്ക് കടന്നു കയറി, ജനയുഗം വാരിക, സിനിരമ, ബാലയുഗം എന്നിവ ആരംഭിച്ചു. അവയെല്ലാം തന്നെ അതിവേഗം പ്രചാരത്തിൽ മുന്നിലെത്തുകയും ചെയ്തു.

ഭാഷ, വിജ്ഞാനം, കല, സാഹിത്യം, സംസ്കാരം എന്നീ മേഖലകളിലെ സ്പന്ദനങ്ങൾ ഒപ്പിയെടുക്കാനും ഈ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾക്കു കഴിഞ്ഞു.

യുവ എഴുത്തുകാരുടെ ഗ്യാലറിയായിരുന്നു ജനയുഗം. എഴുത്തുകാരന്റേയും വായനക്കാരന്റെയും പൊതു സമൂഹത്തിന്റെയും അഭിരുചിയറിഞ്ഞ് അതിനുവേണ്ടുന്നതായതെല്ലാം ഉൾക്കൊള്ളിച്ച് ഓരോ താളുകളിലും വായനക്ഷമവും മാന്ത്രികാനുഭൂതിയും സൃഷ്ടിക്കാൻ പത്രാധിപർ ശ്രമിച്ചുകൊണ്ടിരുന്നു. വലിയ കവിയായി തീർന്ന കുഞ്ഞുണ്ണി മാഷിന്റെ കുറും കവിതകൾ നർമ്മവും തത്വചിന്തയുമായി മുടങ്ങാതെ ജനയുഗത്തിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടിരുന്നു. ഇതാ ഒരു സാമ്പിൾ കവിത.

‘കാടില്ലാത്തൊരു നാട്ടിൽ കഴിയാൻ

കാടന്മാർക്കേ കഴിയൂ

കാടു വെളുത്താൽ നാടു വിളർക്കും

മഴുകൊണ്ടുണ്ടായൊരു നാട്

മഴുകൊണ്ടില്ലാതാകും...!‘

ചലനാത്മകമായ, ഗാംഭീര്യം തുടിക്കുന്ന വാക്കുകൾപോലെ തന്നെ ഹാസ്യചിത്ര രചനയിലും മാസ്മരികതയും ലാവണ്യവും തുളുമ്പണമെന്ന് കാമ്പിശ്ശേരിക്ക് നിർബന്ധമുണ്ടായിരുന്നു. ആ പുറപ്പാടിന് തുടക്കം കുറിച്ചത് യേശുദാസനിലൂടെയായിരുന്നു.

കാക്കനാടൻ, ഒ.വി.വിജയൻ, എം.മുകുന്ദൻ എന്നിങ്ങനെയുള്ള ആധുനിക സാഹിത്യകാരന്മാരുടെ സൃഷ്ടികൾ കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് അനുഭാവികൾ വായിക്കരുത് എന്ന് നാടുനീളെ കമ്മ്യൂണിസ്റ്റുകാർ തന്നെ പറഞ്ഞുനടക്കുന്ന കാലം. കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് പ്രസിദ്ധീകരണമായ ജനയുഗത്തിൽ തന്നെ മേൽപ്പടിയാന്മാരുടെ ആധുനിക സൃഷ്ടികൾ അച്ചടിക്കാൻ കാമ്പിശ്ശേരിക്കല്ലാതെ ആർക്കുണ്ട് ധൈര്യം? ഇതിനുള്ള ശക്തമായ മറുപടി അടുത്ത ലക്കത്തിൽ വൈക്കം ചന്ദ്രശേഖരൻ നായരോ, എൻ.ഇ.ബലറാമോ എഴുതിയിരിക്കും. ആശയലോകത്ത് അന്തിമമായ വാക്ക് എന്നൊന്നില്ല. ആരാണ് ശരിയെന്നും ആരാണ് തെറ്റെന്നും കാലമാണ് തെ

ളിയിക്കേണ്ടത് എന്ന പക്ഷക്കാരനായിരുന്നു കാമ്പിശ്ശേരി. പ്രൊഫസർ ജി. സോമനാഥൻ എന്ന അനുഗ്രഹീത ഹാസ്യചിത്രകാരന്റെ കാർട്ടൂൺ പംക്തിയുമുണ്ടായിരുന്നു. അതിലെ മിക്കി മൗസ് പോലെ രസിപ്പിച്ചിരുന്ന ചിന്നൻ ചുണ്ടെലി വായനക്കാർക്ക് എന്നും ഹരം തന്നെയായിരുന്നു. യുവ എഴുത്തുകാർക്ക് മാത്രമല്ല കുട്ടികൾക്കു വേണ്ടിയും പേജ് ഉണ്ടായിരുന്നു – ജനയുഗം ലീഗ് എന്ന ആ പേജിലൂടെ എഴുതിയും വരച്ചും തെളിഞ്ഞവർ ഏറെയുണ്ട്.

ചലനാത്മകമായ, ഗാംഭീര്യം തുടിക്കുന്ന വാക്കുകൾപോലെ തന്നെ ഹാസ്യചിത്ര രചനയിലും മാസ്മരികതയും ലാവണ്യവും തുളുമ്പണമെന്ന് കാമ്പിശ്ശേരിക്ക് നിർബന്ധമുണ്ടായിരുന്നു. ആ പുറപ്പാടിന് തുടക്കം കുറിച്ചത് യേശുദാസനിലൂടെയായിരുന്നു.

യേശുദാസൻ ആ സ്ഥാപനത്തിൽ ചേരുന്നതിനു മുമ്പ് തന്നെ ജനയുഗത്തിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഒരു രാഷ്ട്രീയ കാർട്ടൂൺ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്നു. അത് ഏറെ ശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റുകയും ചെയ്തിരുന്നു. കേരളക്കരയിലെ വിമോചനസമരകാലത്ത് കമ്മ്യൂണിസ്റ്റു പാർട്ടിക്കെതിരെ ശക്തമായ വിമർശനവും ബഹളവും നടക്കുന്ന സമയം. മന്നത്തു പത്മനാഭൻ ഒരിയ്ക്കൽ പറഞ്ഞു. ‘എന്റെ പടക്കുതിരയെ ഞാൻ സെക്രട്ടറിയേറ്റിൽ മുഖ്യമന്ത്രി ഇ.എം.എസ്സിന്റെ കസേരയുടെ കാലിൽ കെട്ടും’. മന്നത്തിന്റെ ഈ വാക്കുകൾ നാടെങ്ങും ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടു. ആ വിഷയത്തെ ആസ്പദമാക്കിയാണ് 1959 ജൂണിൽ യേശുദാസൻ വരച്ചത്. ഒരു മരക്കുതിരയുടെ പുറത്തുകയറിനിന്നു ചാട്ടയും വീശി, തിരുവനന്തപുരത്തെ ഇ.എം.എസിന്റെ കസേര ലക്ഷ്യമാക്കി മന്നം പായുന്നു. പടത്തലവന്റെ പുറപ്പാട് എന്ന തലക്കെട്ടോടെ...!

ആകാശത്തിനു താഴെ എന്തിനേക്കുറിച്ചും അഭിപ്രായം തട്ടിമൂളിക്കുന്ന അമ്മാവൻ പെട്ടെന്നു തന്നെ ജനശ്രദ്ധ പിടിച്ചു പറ്റി. എന്നാൽ മലബാർ സൈഡിലുള്ള കമ്മ്യൂണിസ്റ്റുകാർ കിട്ടുമ്മാവനെ അദ്യമൊന്നു എതിർത്തുനോക്കിയെങ്കിലും ക്രമേണ കിട്ടുമ്മാവനും അതിലെ കഥാപാത്രങ്ങളും പാർട്ടിക്കാരുടെ കണ്ണിലുണ്ണികളായി.

കുട്ടികൾ ആടിക്കളിക്കുന്ന മരക്കുതിരയെ കണ്ട് കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് അനുഭാവികൾക്കും ജനയുഗം വായനക്കാർക്കും രസം കയറി. എന്തിനു പറയുന്നു. വിമോചന സമരം ജയിച്ചു. അന്നു രാത്രിതന്നെ എല്ലായിടങ്ങളിലും മുദ്രാവാക്യങ്ങൾ ‘കണ്ടോടാ കണ്ടോടാ മരക്കുതിരയെ കണ്ടോടാ...’ അതങ്ങനൊരു ചരിത്ര സംഭവമായി.

പത്തനംതിട്ട കാതോലിക്കേറ്റ് കോളേജിൽ നിന്നും കണക്കിൽ ബി.എസ്.സി ബിരുദം നേടുന്നതിനിടയിൽ ചെറിയ രീതിയിൽ കാർട്ടൂണിസ്റ്റായി കഴിഞ്ഞിരുന്നു. എന്നാൽ ജീവിതത്തിൽ ഒരു എഞ്ചിനീയർ ആകുക എന്നതായിരുന്നു മോഹം. വീട്ടുകാർക്കും അതേ ആഗ്രഹം. തുടർന്ന് കൊല്ലം എഞ്ചിനീയറിംഗ് കോളേജിൽ ചേരാനായി ഒരു ഉന്നതന്റെ ശുപാർശയോടെ എത്തിയെങ്കിലും പ്രവേശനം ലഭിച്ചില്ല. നിരാശയോടെ കൊല്ലത്തുനിന്നു മടങ്ങുമ്പോഴാണ് ‘ജനയുഗം’ എന്ന സ്ഥാപനത്തിന്റെ ബോർഡ് കാണുന്നത്.

കാമ്പിശ്ശേരി, വൈക്കം ചന്ദ്രശേഖരൻ നായർ, തെങ്ങമം ബാലകൃഷ്ണൻ, എൻ.ഗോപിനാഥൻ നായർ തുടങ്ങിയവർ അന്ന് ജനയുഗത്തിലുണ്ട്. അവരെയെല്ലാം പരിചയപ്പെട്ടതിനുശേഷം ജനയുഗത്തിൽ വരയ്ക്കാൻ അവസരം ലഭിച്ചു. അങ്ങനെ വരച്ച കൂട്ടത്തിലാണ് മന്നത്തിന്റെ പടക്കുതിരയും വന്നത്. അങ്ങിനെ ഒരു നാൾ ജനയുഗം പത്രാധിപർ സാക്ഷാൽ കാമ്പിശ്ശേരിയും പി.കെ.വാസുദേവൻ നായരും യേശുദാസന്റെ വീട്ടിലെത്തി. യേശുവിനെ ഞങ്ങൾ കൊല്ലത്തേക്ക് കൊണ്ടുപോകാൻ വന്നതാണ്. ജനയുഗത്തിലേക്ക് അങ്ങിനെ അവിടെ സ്റ്റാഫ് കാർട്ടൂണിസ്റ്റായി ചേർന്നു യേശുദാസൻ. അദ്ദേഹം അവിടെ ചെല്ലുമ്പോൾ മലയാള കാർട്ടൂൺ രചനയിൽ തകർത്താടുന്ന കെ.എസ്.പിള്ള, പി.കെ.മന്ത്രി എന്നീ രണ്ട് പ്രഗത്ഭന്മാർ വെന്നിക്കൊടി പാറിച്ചു നിൽക്കുന്നുണ്ടായിരുന്നു.

ഒരേ സമയത്ത് തന്നെ പല കാർട്ടൂണിസ്റ്റുകളേയും ചിത്രകാരന്മാരേയും പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിലും കാമ്പിശ്ശേരി ശ്രദ്ധിച്ചിരുന്നു.

മലയാള പത്രപ്രവർത്തനചരിത്രത്തിലെ ആദ്യത്തെ സ്റ്റാഫ് കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് യേശുദാസനായിരുന്നു. ഒരു പ്രധാന കഥാപാത്രത്തെവെച്ചുള്ള മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ ബോക്സ് കാർട്ടൂണും കിട്ടുമ്മാവനാണെന്ന് എഴുതിയിരുന്നല്ലോ. 1959 ജൂലൈ 18 ലെ ജനയുഗം പത്രത്തിൽ കിട്ടുമ്മാവനെ കുറിച്ചുള്ള പരസ്യം വന്നു. പിറ്റേ ദിവസം മുതൽ മുടങ്ങാതെ ജനയുഗത്തിന്റെ ഒന്നാംപേജിൽ ഈ കാർട്ടൂൺ സ്ഥാനം പിടിച്ചു. ആകാശത്തിനു താഴെ എന്തിനേക്കുറിച്ചും അഭിപ്രായം തട്ടിമൂളിക്കുന്ന അമ്മാവൻ പെട്ടെന്നു തന്നെ ജനശ്രദ്ധ പിടിച്ചു പറ്റി. എന്നാൽ മലബാർ സൈഡിലുള്ള കമ്മ്യൂണിസ്റ്റുകാർ കിട്ടുമ്മാവനെ അദ്യമൊന്നു എതിർത്തുനോക്കിയെങ്കിലും ക്രമേണ കിട്ടുമ്മാവനും അതിലെ കഥാപാത്രങ്ങളും പാർട്ടിക്കാരുടെ കണ്ണിലുണ്ണികളായി. പാർട്ടിയുടെ പൊതുയോഗങ്ങളിലും മറ്റും ജാഥാ നയിക്കാൻ കിട്ടുമ്മാവന്റേയും സുഹൃത്ത് പൈലിയുടേയും വേഷം കെട്ടിയവർ അന്ന് മുൻനിരയിലുണ്ടായിരുന്നു. കിട്ടുമ്മാവനും പൈലിയും ജാഥാ നയിച്ചു എന്നു തുടങ്ങിയ തലക്കെട്ടുകൾ അന്നത്തെ പത്രങ്ങളിൽ കാണാമായിരുന്നു. ഇന്ത്യയിൽ തന്നെ ഒരു കാർട്ടൂണിസ്റ്റിന്റെ കഥാപാത്രങ്ങൾക്ക് അക്കാലത്ത് ഇത്ര പ്രാധാന്യം കിട്ടിയിട്ടുണ്ടെന്ന് തോന്നുന്നില്ല.

കിട്ടുമ്മാവൻ, അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഭാര്യ ലക്ഷ്മി, മകൾ ശാന്ത, സുഹൃത്ത് പൈലി, പാച്ചരൻ ഭാഗവതർ, ചായക്കടക്കാരൻ മമ്മൂഞ്ഞ്, കാഥികൻ കിണറ്റുംകുഴി, മാത്തൻ ഏഢ്, ചെവിയൻ പപ്പു തുടങ്ങി പത്തു പന്ത്രണ്ട് കഥാപാത്രങ്ങൾ ഈ ബോക്സ് കൂർട്ടൂണിൽ മാറിമാറി വരുമായിരുന്നു.

ഇതോടൊപ്പം തന്നെ ജനയുഗം വാരികയിൽ ‘ചന്തു’ എന്ന പേരിൽ അരപേജ് കാർട്ടൂണും യേശുദാസൻ വരയ്ക്കാൻ തുടങ്ങി. കുസൃതിക്കുടുക്കയായ ചന്തു ഒരു തൂവാല കഴുത്തിൽ കെട്ടിയാണ് നടപ്പ്. അതിനെ അനുകരിച്ച് മക്കളെ ഒരുക്കാനും ചില അമ്മമാർ ഉണ്ടായി എന്നതാണ് സത്യം. ●



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com
പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവ്വർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.

TODAY'S GENERATION NEEDS ALL THE ANSWERS

ബെത്സദാ
മാഗസിൻ

പുതിയ വീക്ഷണം
പുതിയ മുഖം
പുതിയൊരനുഭവം

ഏത്
തിരക്കിലും
ഒഴിവാക്കാനാകാത്ത
മാസിക

വാർഷിക വരിസംഖ്യ
200 രൂപ
മൂന്നു വർഷത്തേക്ക് 500 രൂപ
ഒറ്റപ്രതി 20 രൂപ

Cheques/D.D./M.O in favour of
"GuardianAngel Publications"
vengola P.O, Vengola,
Perumbavoor, Ernakulam,
Kerala- 683 556,
Ph: 0484 - 2529851, 9947176922,
E-mail: bethsada@gmail.com,
A/c: Federal Bank, Vengola,
A/c No: 18240100013327, IFSC Code: FDRL 0001824



ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച
ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.

മാതൃഭൂമി മാർച്ച് 4, 2019

അൺ എയ്ഡഡ് അദ്ധ്യാപകർക്ക് ആശ്വാസമാകട്ടെ

അംഗീകൃത സ്വാശ്രയ സ്ക്കൂളുകളിലെ വേതനവും ബത്തയും നിശ്ചയിക്കാൻ പൊതുവിദ്യാഭ്യാസവകുപ്പ് രൂപം നൽകിയിരിക്കുന്ന ബിൽ. ഈ മേഖലയിൽ ജോലിചെയ്യുന്ന അദ്ധ്യാപകർക്ക് ആശ്രയമാകുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കാം. എപ്പോഴെങ്കിലും കിട്ടിയേക്കാവുന്ന തുച്ഛശമ്പളത്തിനായി പകലന്തിയോളം ജോലിചെയ്യുന്ന അധ്യാപകരേറെയുണ്ട്. കുട്ടികളിൽനിന്ന് വലിയഫീസും പ്രത്യേക ഫീസുകളും വാങ്ങി നടത്തുന്നവയാണ് അൺ എയ്ഡഡ് സ്ക്കൂളുകൾ. അവയിൽ വലിയൊരു വിഭാഗവും അവിടെ പണിയെടുക്കുന്ന അദ്ധ്യാപകർക്കും മറ്റു ജീവനക്കാർക്കും ന്യായമായ വേതനമെന്നല്ല, ഉപജീവനത്തിനാവശ്യമായ വേതനംപോലും നൽകുന്നില്ല എന്നത് വസ്തുതയാണ്.. പൊതുവിദ്യാഭ്യാസ വകുപ്പ് തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്ന അംഗീകൃത സ്വാശ്രയ സ്ക്കൂളുകളിലെ വേതനവും ബത്തയും നിശ്ചയിക്കൽ ബിൽ ഇതു പരിഹരിക്കാനുള്ള ചുവടുവെപ്പാണെന്നു വേണം മനസ്സിലാക്കാൻ. തൊഴിൽ തർക്കങ്ങൾ പരിഹരിക്കാൻ സംസ്ഥാനത്ത് നിലവിലുള്ള സമ്പ്രദായം ചർച്ചയാണ്. സ്ക്കൂൾ ഉടമകൾ, ജീവനക്കാർ, സർക്കാർ നിശ്ചയിക്കുന്നവർ എന്നിവരടങ്ങിയ സമിതിയെ നിയോഗിച്ച് വേതനപരിഷ്ക്കാരം നടപ്പാക്കുക. വിദ്യ പകരുന്നവർ അതിനൊത്ത വേതനമില്ലാതെ പ്രയാസപ്പെടേണ്ടി വരുന്നത് സാക്ഷര കേരളത്തിന് അപമാനമാണ്. സ്വാശ്രയ സ്ക്കൂളുകളുടെ കാര്യത്തിൽ പഴയ പ്രഖ്യാപനങ്ങൾ ഓർക്കുന്നവർ അത്ര ശുഭാപ്തിവിശ്വാസികളാവണമെന്നില്ല. പഴയതുപോലെയാവില്ല ഇപ്പോഴത്തെ നിർദേശം എന്ന് തെളിയിക്കേണ്ട ഉത്തരവാദിത്വം വിദ്യാഭ്യാസ വകുപ്പിനും സർക്കാരിനുമാണ്.

ജന്മഭൂമി മാർച്ച് 6, 2019

പ്രകൃതിയിലേക്ക് മടങ്ങാം

നാടും നഗരവും അക്ഷരാർത്ഥത്തിൽ കത്തിയുരുകുകയാണ്. തണൽ തേടി അലയുന്ന പക്ഷികൾ തളർന്ന് വീണ് ചാവുന്നു. ഒരിടത്തും പച്ചപ്പിന്റെ കുളിർമയില്ല. സാധ്യമായ വഴികളൊക്കെ നോക്കിയിട്ടും ജനങ്ങൾക്ക് ആശ്വസിക്കാൻ കഴിയുന്നില്ല. പല കാരണങ്ങളാണ് ചൂട് കൂടാൻ പറയുന്നതെങ്കിലും നാട്ടിലെ പച്ചപ്പിനെ നാടുകടത്താൻ കാണിക്കുന്ന ഉത്സാഹത്തിനുള്ള കനത്ത തിരിച്ചടിയാണ് ഇതെന്ന് പറയാതെ വയ്യ. കാണുന്ന സ്ഥലത്തെല്ലാംവീടു വെക്കാനും ഫ്ളാറ്റ് കെട്ടിപ്പൊക്കാനും ഒരുങ്ങുമ്പോൾ അറിയുന്നില്ല പ്രകൃതിയുടെ വരദാനത്തിനുനേരെ വാതിൽ കൊട്ടിയടക്കുകയാണെന്ന്. വയലുകളിൽ വിളഞ്ഞു നിൽക്കുന്ന നെൽച്ചെടികൾ കാണുമ്പോഴുള്ള സന്തോഷത്തേക്കാളുപരി ഫ്ളാറ്റുകൾ പൊങ്ങുന്നത് കാണാൻ താൽപ്പര്യപ്പെടുന്ന സമൂഹത്തിന് പ്രകൃതി അറിഞ്ഞു നൽകുന്ന ശിക്ഷ തന്നെയാണ് ചൂടിന്റെ കാഠിന്യം. തണ്ണീർത്തടങ്ങളും അരുവികളും മലിനമാക്കുകയും മണ്ണിട്ടുമൂടുകയും ചെയ്യുന്ന പ്രവണതയ്ക്ക് ഊർജ്ജം നൽകുന്ന രാഷ്ട്രീയ സംസ്കാരമാണ് ഒരു പരിധിവരെ ഇന്നത്തെ ദുരിതത്തിന് കാരണമെന്ന് കാണാതെ പോകരുത്. പ്രകൃതിയോടുള്ള വികൃതിക്ക് തിരിച്ചും അതേ നാണയത്തിൽ തിരിച്ചടി കിട്ടുമ്പോൾ നിസ്സഹായരാകാനെ കഴിയൂ. കാട് വെട്ടിതെളിച്ച് ഫ്ളാറ്റ് പണിത് എയർകണ്ടീഷൻ വെച്ചാൽ എല്ലാമായി എന്നു കരുതുന്നവർ അറിയണം ഈ യന്ത്രങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള വാതകങ്ങൾ പ്രകൃതിയുടെ താളം തെറ്റിക്കുകയാണെന്ന്. അതുവഴി മനുഷ്യരാശി ദുരിതങ്ങൾ ഏറ്റുവാങ്ങുകയാണെന്ന്. ഒരു മരം ഒരു വരം എന്നത് ഹൃദയത്തിലേറ്റി മുന്നേറുന്ന ഒരു തലമുറയുടെ നിരന്തരമായ ഇടപെടൽകൊണ്ട് ഇപ്പോഴത്തെ ദുരിതസമാനമായ അന്തരീക്ഷം പതുക്കെ മാറ്റാനാകും. അതിലേക്ക് കുറുക്കുവഴികൾ ഒന്നുമില്ല. കാലാവസ്ഥാ വ്യതിയാനം മനുഷ്യന്റെ പ്രവൃത്തിഫലം കൊണ്ടാണെന്ന് മനസ്സിലാക്കി അതിന് പ്രായ്ശ്ചിത്തം ചെയ്യാനാവട്ടെ ഇനിയുള്ള ശ്രമങ്ങൾ. അതുവഴി നമുക്ക് പ്രകൃതിയെ വീണ്ടെടുക്കാം.

ചന്ദ്രിക മാർച്ച് 06, 2019

വരണ്ടുണങ്ങുന്നത് കാണാത്തതെന്ത്?

മഹാപ്രളയത്തിനുശേഷം കേരളം കടുത്ത വരൾച്ചയിലേക്ക് കാലെടുത്തുവച്ചിരിക്കുകയാണ്. ഓരോ ദിവസവും താപനില ഉയരുന്നതിനാൽ സൂര്യതാപത്തിന്റെ പേടിയിലമർന്നിരിക്കുകയാണ് സംസ്ഥാനം. 1950കൾക്കുശേഷം ഏറ്റവും അധികം വരൾച്ച നേരിട്ട കഴിഞ്ഞ വർഷത്തെ അതേ അവസ്ഥയിലേക്കാണ് കേരളത്തിലെ കാലാവസ്ഥ വഴിമാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നതെന്ന കാര്യം തീർച്ച. കാലവർഷം മൂന്നിലൊന്നായി കുറയുകയും ഇടമഴ ലഭിക്കാതിരിക്കുകയും ചെയ്താൽ ചൂടിനു കാഠിന്യമേറുമെന്നാണ് കാലാവസ്ഥാ നിരീക്ഷകരുടെ പക്ഷം. മഴക്കുറവിനെ പഴിചാരി പരിതപിക്കുന്നതിനു പകരം പ്രകൃതിയെ ചൂഷണം ചെയ്ത് ആർത്തിതീർക്കാനുള്ള മനുഷ്യന്റെ വ്യഗ്രതയുടെ അനന്തര ഫലമാണിതെന്ന വിചാരപ്പെടലുകളാണ് ഇനി വേണ്ടത്. നെൽപ്പാടങ്ങൾ നിർമ്മിതിക്കായി നികത്തപ്പെട്ടതോടെ പ്രകൃതിയുടെ ജലസംഭരണശേഷിയും നാം മണ്ണിട്ടുമൂടി. ഭൂഗർഭ ജലത്തെ ഊറ്റിക്കുടിക്കുന്ന കുഴൽ കിണറുകൾ കുടിനീരിന്റെ ഉള്ള സാധ്യതകളെപ്പോലും ഊതിക്കെടുത്തുന്നു. രൂക്ഷമായ ജലക്ഷാമം മൂലം നെൽകൃഷി, പച്ചക്കറി, തോട്ടവിളകൾ എന്നിവയുടെയും ദൗർലഭ്യം ഭക്ഷ്യക്ഷാമത്തിനു കാരണമാകും. ഡാമുകളിലെ ജലദൗർലഭ്യം മൂലം കടുത്ത വൈദ്യുതി പ്രതിസന്ധി ഉണ്ടാകും. കൊടും ചൂടേറ്റ് കേരളം വരണ്ടുണങ്ങും മുൻപ് അധികാരികൾ കണ്ണു തുറക്കുക തന്നെ വേണം.

ദീപിക മാർച്ച് 7, 2019

ശ്വാസം മുട്ടിക്കും ഈ വായു മലിനീകരണം

ലോകത്തിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ വായു മലിനീകരണമുള്ള പത്തു നഗരങ്ങളിൽ ഏഴും ഇന്ത്യയിലാണെന്ന പഠന റിപ്പോർട്ട് ജീവശ്വാസത്തിനായി നാം എത്രമാത്രം കരുതലോടെ ഇരിക്കണമെന്ന കാര്യം ഓർമ്മിപ്പിക്കുന്നു. അന്തരീക്ഷ വായുവിന്റെ ഗുണനിലവാരം ശാസ്ത്രീയമായി വിലയിരുത്തി ഐക്യു എയർ വിഷ്വലും ഗ്രീൻപീസും ചേർന്ന് തയ്യാറാക്കിയ റിപ്പോർട്ടിലാണ് ഇന്ത്യൻ നഗരങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള തീർത്തും പരിതാപകരമായ ഈ വെളിപ്പെടുത്തൽ. വായു നിലവാര സൂചിക (എക്യുഐ), ശ്വാസകോശത്തെ ബാധിക്കുന്ന പർട്ടിക്കുലേറ്റ് മാറ്ററിന്റെ അളവ് എന്നിവയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് വായു മലിനീകരണം കണക്കാക്കുന്നത്. വായു മലിനീകരണം ഏറ്റവും കൂടുതലുള്ള ലോകത്തെ ഇരുപതു നഗരങ്ങളിൽ പതിനഞ്ചും ഇന്ത്യയിലാണെന്നതും രാജ്യത്തെ ജനങ്ങൾ വലിയ അപകടത്തിലേക്കാണു നീങ്ങുന്നതെന്നു സൂചിപ്പിക്കുന്നു. മനുഷ്യനെ ശ്വാസം മുട്ടിച്ച് ഇഞ്ചിഞ്ചായി കൊല്ലുന്ന വായു മലിനീകരണത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ നാം ഇപ്പോഴും വേണ്ടത്ര ഗൗരവം കാട്ടുന്നില്ല. കർശനമായ നടപടികൾ സ്വീകരിച്ചാൽ വലിയമാറ്റമുണ്ടാക്കാൻ കഴിയും. ചൈന ഇക്കാര്യം തെളിയിച്ചു കഴിഞ്ഞു.

പ്ലാസ്റ്റിക് മാലിന്യം അതിഗുരുതരമായ ആരോഗ്യപ്രശ്നങ്ങളാണു ഉണ്ടാക്കുന്നത്. ഇതേക്കുറിച്ചു വ്യാപകമായ ബോധവത്ക്കരണം നടക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും പ്ലാസ്റ്റിക് കാരിബാഗുകളുടെയും മറ്റും ഉപയോഗം ഇപ്പോഴും വളരെ കൂടുതലാണ്. മലിനീകരണം അത് ഏതു വിധത്തിലുള്ളതാണെങ്കിലും ഉളവാക്കുന്ന ആരോഗ്യപ്രശ്നങ്ങൾ അതിഗുരുതരമാവുകയാണ്. ഇക്കണക്കിനു പോയാൽ മലിനീകരണം മൂലമുണ്ടാകുന്ന രോഗങ്ങളുടെ ചികിത്സക്കായി ഇന്ത്യയുടെ ആഭ്യന്തര വരുമാനത്തിന്റെ 8.5 ശതമാനം നഷ്ടമാകുമെന്നു ഗ്രീൻപീസ് പഠന റിപ്പോർട്ട് ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നു. അതായത് പ്രതിരോധ ബജറ്റിനായി രാജ്യം ചെലവിടുന്നതിനേക്കാൾ കൂടുതൽ തുക ഇതിനായി മാറ്റി വയ്ക്കേണ്ടിവരും. തദ്ദേശ സ്ഥാപനങ്ങൾ മുതൽ ആഗോള സംഘടനകൾ വരെ ആഞ്ഞുപിടിച്ചാലേ ഇനി വരുന്നൊരു തലമുറയ്ക്കിവിടെ വാസം സാധ്യമാവൂ.

മലയാള മനോരമ മാർച്ച് 12, 2019

ഈ നാണക്കേട് നാറുന്നു

വെടിപ്പും ആരോഗ്യവുമുള്ള സമൂഹം ഏതു നാടിന്റെയും സ്വപ്നമാണെന്നിരിക്കെ നമ്മുടെ സംസ്ഥാനം ആ സ്വപ്നത്തിൽനിന്ന് എത്രമാത്രം അകന്നുവെന്നറിയാൻ കേരളത്തിലെ ഏതു വഴിയിലൂടെയും കുറച്ചു ദൂരം നടന്നാൽ മതി. കേരളം ഒരു മാലിന്യക്കുപ്പയായി മാറുകയാണെന്നു നമ്മുടെ കണ്ണും മൂക്കും തന്നെ പറഞ്ഞു തരും. കേന്ദ്ര നഗരകാര്യ വകുപ്പു നടത്തിയ സ്വച്ഛ് സർവേക്ഷൺ സർവേയിൽ വീണ്ടും ഏറെ പിന്നിലായി കേരളം തലകുനിച്ചു നിൽക്കുന്നു. സർവേയിൽ 256-ാം സ്ഥാനത്തുള്ള ആലപ്പുഴയാണ് കേരളത്തിൽ ഒന്നാമത്. രാജ്യത്തെ ഏറ്റവും ശുചിത്വമുള്ള നഗരമായി മധ്യപ്രദേശിലെ ഇൻഡോർ കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ സ്വച്ഛ് സർവേക്ഷൻ പുരസ്ക്കാരത്തിന് തുടർച്ചയായ മൂന്നാം വർഷവും അർഹമായി. ശാസ്ത്രീയമായ മാലിന്യശേഖരണവും സംസ്കരണവുമാണ് ഏക പോംവഴി എന്നിരിക്കെ മുന്നിട്ടിറങ്ങാൻ ഉത്തരവാദപ്പെട്ടവർ ഇല്ലാത്തതാണു കേരളത്തിൽ പലയിടത്തും കാര്യങ്ങൾ കൈവിട്ടുപോകാൻ കാരണം. വീട്ടിലും നാട്ടിലും ശുചിത്വപരിപാടികൾ നടപ്പാക്കി മാലിന്യ നിർമ്മാർജനം ജനകീയപ്രസ്ഥാനമാക്കാനുള്ള സമഗ്രപദ്ധതി എല്ലാ വകുപ്പുകളുടെയും തദ്ദേശസ്ഥാപനങ്ങളുടെയും സഹകരണത്തോടെ ഇവിടെ ഉണ്ടായേ തീരൂ. ശുചിത്വകേരളം എന്ന ലക്ഷ്യം നേടാൻ നാം ഇനിയും എത്ര വർഷം കാത്തിരിക്കണം. ഇപ്പോഴേ ശ്രമം തുടങ്ങിയേതീരൂ. ഈ നാണക്കേടിന് ഇനിയെങ്കിലും തുടർച്ചയുണ്ടായിക്കൂടാ. നമ്മുടെ നഗരങ്ങൾ മാത്രമല്ല സംസ്ഥാനം മുഴുവൻ മാതൃകാപരമായ ശുചിത്വ സംസ്കാരത്തിലേക്കു നീങ്ങുകയാണു വേണ്ടത്.

ദീപിക മാർച്ച് 18, 2019

സ്ക്കൂൾ വിദ്യാഭ്യാസത്തെ അവഗണിച്ചു തകർക്കരുത്

പൊതുവിദ്യാഭ്യാസരംഗത്തു കേരളം കാണിക്കുന്ന ഉദാസീന മനോഭാവവും കാര്യക്ഷമതയില്ലായ്മയും പരക്കെ വിമർശന വിധേയമാകുന്നു. കുറെക്കാലം മുമ്പുവരെ കേരളത്തിലെ പൊതു വിദ്യാഭ്യാസം മികച്ച നിലവാരം പുലർത്തിയിരുന്നു. എന്നാൽ പലവിധ കാരണങ്ങളാൽ ആ മേൽക്കൈ നമുക്കു നഷ്ടപ്പെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. സ്ക്കൂൾ വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ നാം കാണിക്കുന്ന അലംഭാവം അടിസ്ഥാന വിദ്യാഭ്യാസത്തെ ബാധിക്കുകയും അതു പൊതുവിദ്യാഭ്യാസത്തിൽ മൊത്തം നിലവാരത്തകർച്ചയ്ക്കു വഴിയൊരുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കേരളത്തിൽ ലക്ഷക്കണക്കിനു കുട്ടികൾ പങ്കെടുക്കുന്ന എസ്എസ്എൽസി പരീക്ഷ വളരെ കാര്യക്ഷമമായാണു നടക്കാറുള്ളത്. ആ കാര്യക്ഷമതയ്ക്കു ഭംഗമുണ്ടായാൽ അതു കർശനമായി പരിശോധിക്കുകയും നടപടിയെടുക്കുകയും വേണം. മികച്ച നിലവാരം പുലർത്തുന്ന പാഠ്യക്രമമല്ല നാം പിന്തുടരുന്നതെങ്കിൽ അത് ഏതു സ്ട്രീമിൽ പെട്ടതായാലും കുട്ടികൾക്കു ഗുണകരമല്ല. ഇത്തരം കാര്യങ്ങളിൽ സർക്കാർ നിഷ്പക്ഷമായ നിലപാടു സ്വീകരിക്കുകയും കുട്ടികൾക്കു മികച്ച അവസരങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നതിനു സാഹചര്യം സൃഷ്ടിക്കുകയുമാണു വേണ്ടത്. അതോടൊപ്പം പൊതു വിദ്യാഭ്യാസ വകുപ്പിലും ഹയർ സെക്കൻഡറി വിഭാഗത്തിലും ഉന്നതോദ്യോഗസ്ഥരെ കൂടെക്കൂടെ ഇളക്കി പ്രതിഷ്ഠിക്കുന്നത് അവസാനിപ്പിക്കുകയും വേണം. പരീക്ഷാ നടത്തിപ്പു മാത്രമല്ല സമയബന്ധിതമായ മൂല്യനിർണ്ണയവും ഫലപ്രഖ്യാപനവുമൊക്കെ ഡയറക്ടറുടെ ഉത്തരവാദിത്വമാണ്. തെരഞ്ഞെടുപ്പു പ്രക്രിയയുടെ തിരക്കിനിടയിലും ഇതെല്ലാം പരാതികളില്ലാതെ നടത്തേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

Classroom



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

ബിംബങ്ങൾ, സൂചികകൾ, പ്രതീകങ്ങൾ

ചുവന്ന റോസാപുഷ്പം പ്രണയത്തിന്റെ പ്രതീകമാണ്. എന്നാൽ പ്രണയം എന്ന വികാരവുമായി ചുവന്ന റോസാപുഷ്പത്തിന് യാതൊരു ബന്ധവുമില്ലതാനും. നൂറ്റാണ്ടുകളിലൂടെ ഇത്തരമൊരു പ്രതീകാത്മക അർത്ഥം അതിനുണ്ടായിത്തീർന്നതാണ്. ദൃശ്യബിംബങ്ങളായ പ്രതീകാത്മക ചിഹ്നങ്ങളുടെ സാമൂഹികാംഗീകാരമുള്ള അർത്ഥം കാലത്തിലൂടെ മാറിപ്പോവുകയും ചെയ്യാം.

അമേരിക്കൻ ചിഹ്നശാസ്ത്രജ്ഞനായ ചാൾസ് സാൻഡേഴ്സ് പെയേഴ്സ് (C.S.Peirce) ചിഹ്നങ്ങളെ മൂന്ന് വിഭാഗങ്ങളായി തരംതിരിച്ചു. ബിംബങ്ങൾ (Icon), സൂചികകൾ (Index), പ്രതീകങ്ങൾ (Symbol) എന്നിങ്ങയൊണ് പെയേഴ്സ് ചിഹ്നങ്ങളെ വിഭജിച്ചത്.

ചിഹ്നശാസ്ത്രത്തിന്റെ സൈദ്ധാന്തിക അടിത്തറ പാകിയ സൊസ്യൂറിന്റെയും പെയേഴ്സിന്റെയും ചിന്താപദ്ധതികൾക്ക് വൈജാത്യങ്ങളുണ്ട്. പെയേഴ്സിന്റെ ചിഹ്നസിദ്ധാന്തങ്ങളുടെ അടിത്തറ തത്വചിന്തയാണ്. സൊസ്യൂറിന്റേത് ഭാഷാശാസ്ത്രമാണ്. ഇവയെക്കുറിച്ച് വിശദമായി പ്രതിപാദിക്കുന്ന ഒരു പുസ്തകം മലയാളത്തിൽ പ്രസിദ്ധീകൃതമായിട്ടുണ്ട്. ഡിസി.ബുക്സിന്റെ നവസിദ്ധാന്തങ്ങൾ പരമ്പരയിലെ 'ചിഹ്നശാസ്ത്രവും ഘടനാവാദവും' എന്ന ഈ ഗ്രന്ഥത്തിന്റെ രചയിതാവ് സിജെ.ജോർജ്.

'റോസ്' എന്ന വാക്ക് വെളുത്ത കടലാസിൽ കറുത്ത മഷിയിൽ രേഖപ്പെടുത്തുമ്പോൾ യഥാർത്ഥത്തിൽ റോസ് എന്ന പുഷ്പത്തിനോടോ ചെടിയോടോ സാധർമ്യങ്ങളൊന്നുമില്ല. സ്വേച്ഛാചാരിയായ സൂചകങ്ങളാൽ (Arbitrary, Signifiers) സംയോജിതങ്ങളാണ്. ലിഖിതമോ വാചികമോ ആയി ഉപയോഗിക്കപ്പെടുന്ന വാക്കുകൾ. ബിംബാത്മകചിഹ്നങ്ങൾ അവ പ്രതിനിധാനം ചെയ്യുന്ന വസ്തുക്കളോട് സാധർമ്യം ഉള്ളവയായിരിക്കും. എന്നാൽ എല്ലായ്പ്പോഴും യാഥാർത്ഥ്യത്തിന്റെ പ്രതിനിധാനങ്ങളായിരിക്കണമെന്നുമില്ല. ഒരു റോസാപുഷ്പത്തിന്റെ ഫോട്ടോഗ്രാഫോ രേഖാചിത്രമോ ബിംബാത്മക ചിഹ്നമാണ്. ഒരു ഫോട്ടോഗ്രാഫിനെ ഒരു ബിംബാത്കം ചിഹ്നം എന്ന നിലയിൽ വിശകലനം ചെയ്യുമ്പോൾ അതിലെ സൂചകം സൂചിതത്താൽ പ്രചോദിപ്പിക്കപ്പെടുന്നു എന്നു കാണാം. അതുകൊണ്ട് ഫോട്ടോഗ്രാഫുകളെ മോട്ടിവേറ്റഡ് സൈൻസ് (Motivated Signs) എന്നു വിളിക്കുന്നു. ഭൂപടങ്ങളും പ്രചോദിത ചിഹ്നങ്ങളാണ്.

പരസ്യങ്ങളിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്ന ചിഹ്നങ്ങൾ പ്രധാനമായും ബിംബാത്മങ്ങളായിരിക്കും. യാഥാർത്ഥ്യത്തെ പ്രതിനിധാനം ചെയ്യുന്നു എന്നതിനാൽ ഇവയുടെ സ്വാധീനശേഷിയും കൂടിയിരിക്കും.

സൂചികാ ചിഹ്നങ്ങളിലെ സൂചകങ്ങളും ഒരു തരത്തിലുള്ള സാക്ഷ്യങ്ങളായാണ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. പുക തീയുടെ തെളിവാകുന്നതുപോലെ. ബിംബാത്മക ചിഹ്നങ്ങളുമായി ഇവയ്ക്കുള്ള വ്യതിരിക്തത ഇവ

യിലെ പ്രതിനിധാനം നേരെയുള്ളതല്ല എന്നതാണ്. എന്നാൽ ഏതെങ്കിലുമൊരു വിധത്തിൽ അവ ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കും . ഗാന്ധിക്കണ്ണട ഗാന്ധിജിയെ ഓർമ്മിപ്പിക്കുന്നതുപോലെ.

ചുവന്ന റോസാപുഷ്പം പ്രണയത്തിന്റെ പ്രതീകമാണ്. എന്നാൽ പ്രണയം എന്ന വികാരവുമായി ചുവന്ന റോസാപുഷ്പത്തിന് യാതൊരു ബന്ധവുമില്ലതാനും. നൂറ്റാണ്ടുകളിലൂടെ ഇത്തരമൊരു പ്രതീകാത്മക അർത്ഥം അതിനുണ്ടായിത്തീർന്നതാണ്. ദൃശ്യബിംബങ്ങളായ പ്രതീകാത്മക ചിഹ്നങ്ങളുടെ സാമൂഹികാംഗീകാരമുള്ള അർത്ഥം കാലത്തിലൂടെ മാറിപ്പോവുകയും ചെയ്യാം. മുപ്പത് വർഷങ്ങൾക്കു മുമ്പ് സ്കൂൾ അടുത്തുണ്ട്, പതുക്കെ പോവുക എന്ന സന്ദേശം വിനിമയം ചെയ്യുന്നതിനായി ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന ട്രാഫിക്ക് ചിഹ്നം കത്തുന്ന തീപ്പന്തമായിരുന്നു. വിദ്യാലയം എന്ന സ്ഥാപനത്തിന്റെ ദൃശ്യബിംബമായിട്ടാണ് പഠനത്തിന്റെ പന്തം ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത്. എന്നാൽ ഈ പ്രതീകത്തിന്റെ ഇത്തരമൊരു അർത്ഥ വിവക്ഷ സമൂഹത്തിൽ അപരിചിതമായപ്പോൾ രണ്ടു കുട്ടികൾ റോഡു കുറുകെ കടക്കുന്ന പ്രതീകം അതിനു പകരമായി സ്ഥാനം പിടിച്ചു. അതുകൊണ്ട് പ്രതീകാത്മക ചിഹ്നങ്ങളെ വിശകലനം ചെയ്യുമ്പോൾ തികഞ്ഞ ജാഗ്രത പുലർത്തേണ്ടതുണ്ട്.

ചില ചിഹ്നങ്ങൾ ഒരേ സമയം തന്നെ മേലെ വിവരിച്ച മൂന്ന് തരത്തിലും അർത്ഥ സംവേദനം നിർവഹിച്ചേക്കാം. ഗുജറാത്ത് കലാപ സമയത്ത് എടുത്ത വിലപിക്കുന്ന അൻസാരിയുടെ ചിത്രം ഉദാഹരണമായി ചൂണ്ടിക്കാണിക്കാം. അതൊരു ബിംബാത്മക ചിഹ്നമാണ്. ഒരു യാഥാർത്ഥ്യത്തിന്റെ പ്രതിനിധാനം എന്ന നിലയിൽ അതൊരു സൂചികാ ചിഹ്നവുമാണ്. കാലസൂചന തരുന്നു എന്ന നിലയിൽ അതൊരു പ്രതീകാത്മക ചിഹ്നവുമാണ്. കലാപത്തിനിരയായവരുടെ വേദനയുടെയും നിസ്സാഹായതയുടെയും പ്രതീകമായും അതു മാറുന്നു.

കോഡുകൾ

മാധ്യമ പഠനത്തിൽ കോഡുകൾക്ക് നിർണ്ണായക സ്ഥാനമാണുള്ളത്. പിയേഴ്സിയൻ ചിഹ്നവിജ്ഞാനത്തിന്റെ പരിമിതികളെ മറികടക്കുവാനുള്ള ശ്രമത്തിലാണ് ഉമ്പർട്ടോ എക്കോ (Umberto Eco) കോഡുകളെ കുറിച്ചുള്ള തന്റെ സിദ്ധാന്തത്തിന് രൂപം കൊടുക്കുന്നത്.

സാമൂഹിക ജീവിതത്തിലുടനീളം നമ്മൾ കോഡുകളെ അഭിമുഖീകരിക്കുന്നുണ്ട്. പ്രഭാതത്തിൽ നടത്തത്തിന് ഉപയോഗിക്കുന്ന വേഷമല്ല ഒരാൾ ഓഫീസിൽ പോകുമ്പോൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത്. രണ്ടിടങ്ങളിലെയും ഡ്രസ് കോഡുകൾ വ്യത്യസ്ത സംഘാതങ്ങളിൽ നിന്ന് ഉണ്ടാകുന്നതാണ്. ഷൂസ്, പാന്റ്സ്, ഫുൾസ്ലീവ് ഷേർട്ട്, ടൈ എന്നിങ്ങനെയുള്ള വ്യത്യസ്ത ഘടകങ്ങളുടെ ചേരുവയിലൂടെ ഒരു ഡ്രസ്കോഡ് രൂപം കൊള്ളുകയാണ്. ഓരോ ചിഹ്നങ്ങളും അർത്ഥ വിനിമയം നിർവഹിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും ചിഹ്നങ്ങളുടെ ഒരു വലിയ സംഘാതത്തിൽ നിന്ന് പ്രത്യേകമായ ഒന്ന് തെരഞ്ഞെടുത്ത് പഠിക്കുമ്പോഴേ അർത്ഥം എങ്ങനെ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നു എന്ന് മനസ്സിലാക്കുവാൻ കഴിയൂ. ഒരു ഫോട്ടോഗ്രാഫിന്റെ അർത്ഥം വിശദീകരിക്കുവാൻ അതിനായി ഉപയോഗിക്കുന്ന സാങ്കേതിക ഘടകങ്ങളെക്കുറിച്ച്, ഷോട്ടിന്റെ വലിപ്പം, ലെൻസിന്റെ തരം, വെളിച്ചത്തിന്റെ ക്രമീകരണം എന്നിങ്ങനെയുള്ള കോഡുകളെകുറിച്ച് നാം അറിഞ്ഞിരിക്കണം. ●



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്
മീഡിയ സയൻസിൽ അക്കാദമിക് വിദഗ്ദ്ധൻ

STATEMENT ABOUT OWNERSHIP AND OTHER PARTICULARS ABOUT EFFECTIVE ADCOM

1. Place of Publication	: Kottayam
2. Periodicity of its Publication	: Monthly
3. Printer's Name	: Mathew K.
(Whether citizen of India)	: Yes
Address	: Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam 686 001, Kerala
4. Publisher's Name	: Mathew K.
(Whether citizen of India)	: Yes
Address	: Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam 686 001, Kerala
5.Editor's Name	: Mathew K.
(Whether citizen of India)	: Yes
Address	: Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam 686 001, Kerala
5.Name and address of individuals Who own the magazine	: Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam 686 001, Kerala

I Mathew K., hereby declare that the particulars given above are true to the best of my knowledge and belief

Dated: 01.04.2019

Sd/-
Publisher



Stock Exchanges

A stock exchange is an organized market for securities. It is an essential concomitant of the capitalistic system of economy. Its evolution and growth have given new dimensions to the promotion and growth of joint stock enterprises all over the world. It also forms an important part of financial mechanism of the modern quasi government institutions and local authorities. It has been described in so many ways as (i) a barometer of a nation's prosperity and adversity, (ii) the nerve- centre of politics and finances of a nation, (iii) the fortress of capital and the pivot of money market (iv) a mirror reflecting all events and issues affecting the profitable working of business enterprises and the future of a nation, (v) a mart of the world, (vi) an open sesame for treasure, (vii) a place where one gets rich in an easy and effortless way, (viii) a veritable hell, (ix) a bottomless pit (x) a thief's kitchen and (xi) as the market where business of businesses is carried on. These descriptions go to emphasis only the important functions performed by stock exchanges and some of the pitfalls that are likely to be encountered by some. Some of the above uncomplimentary remarks are born either out of ignorance about the institution or the knowledge of misutilisation by vested interests.

It is this misutilisation of stock exchanges which are not regulated properly that makes people to say that a stock exchange is nothing but a complete system of knavery, founded in fraud, born of deceit and nourished by trick, cheat, wheedle coining false news, whispering imaginary terrors and praying upon those who have elevated or depressed.

Definition of Stock Exchange

The Securities Contracts (Regulation) Act, 1956 defines a stock exchange as an association, organization or body of individuals, whether incorporated or not established for the purposes of assisting, regulating and controlling business in buying, selling and dealing in securities. Thus it is a forum or a market for the purchase and sale of industrial and financial securities such as shares and debentures of public companies, Government paper, Municipal and Port Trust Bonds and Debentures. It is a public institution in the working of which every member of the public is interested. However, it is not something like a vast warehouse where securities are taken away from shelves and sold across the counters at a fixed price in a catalogue. It does not also provide a place where people are found to assemble with stock of various articles ready to sell or buy but it simply provides a place where the main traffic of stock and shares conducted. It is not an investment institution supplying capital to industrial enterprises. It is simply a meeting place for the intermediaries who find out buyers and sellers for the purchase and sale of securities and thus it provides a convenient machinery whereby the inventor not only gets an easy market for his shares, but also the services of experts. A stock exchange stands as a good example for a perfect market and the investors are enabled to know at any time what their investments are worth.

Distinction between Stock Exchanges and Commodity Exchanges

Although both these types are classified as organized markets for forward trading and are subject to

the same basic influence of supply and demand, there are some vital distinction between stock exchanges and commodity exchanges.

First, while stock exchanges are markets for trading in securities, commodity exchanges are markets for trading in commodities.

Secondly, the commodity dealt with on a stock exchange, viz, securities, has negligible carrying cost is imperishable and is complete standardized and a stock exchange could regarded as a perfect market in the economic sense. But all commodities are not suitable for dealing on a commodity exchange. Only such commodities as are homogeneous, susceptible to grading, durable, easily transportable and saleable in large quantities can be dealt with there.

Thirdly, commodity exchanges offer protection against unforeseen risks of price changes through hedging and commodity exchanges derive their main support from hedging. In the stock exchange there is no hedging.

Fourthly the bulk of the supply of commodities which are of agricultural origin and seasonal in character, is exhausted through consumption every year. In the case of stock exchange, there is hardly any diminution in supply of securities except those resulting from liquidation of companies. In fact New Securities are issued every year so that there is a continuously increasing volume of outstanding securities available for trading.

Fifthly, in a commodity exchange there are differences in gradations of commodities and also tendering differences. But, in a stock exchange there are no differences, in gradation, no tendering differences and no different contracts running concurrently.

Lastly, the legislative enactments and the administrative agencies to enforce them also differ. The Forward Contract (Regulation) Act, 1952 and the Forward Markets Commission are there to control and regulate the working of commodity exchanges in India. But, stock exchanges are regulated under the provision of the Securities Contracts (Regulation) Act, 1956 through the administrative machinery of a Directorate of Stock Exchanges with headquarters at Bombay and branches at Calcutta and Delhi.

Essentials of an Organised Securities Market

Unless the following essentials are satisfied, an organized securities market cannot function efficiently and render service to the economy as a whole.

1.Ensure a free and fair market for securities.

2.Enlist securities only after sufficient scrutiny.

3.Strive for a constant growth in the number of listed companies in order to provide an active and continuous market.

4.Ensure a great degree of screening in the admission of members.

5.Frame and enforce proper rules and bye-laws to regulate the volume of speculation so as to serve the needs of liquidity and price continuity only.

6.Never allow overtrading or permit speculation degenerate into gambling.

7.Ensure safe investment to the investing public.

Organisation of Stock Exchanges

The stock exchanges in India operate under the rules, bye-laws and regulations approved by the Central Government under the Securities Contracts (Regulation) Act, 1956. All Businesses in respect of securities must be conducted only through the recongnised stock exchanges. At present, there are eight recognized stock exchanges in India established at Bombay, Calcutta, Madras, Ahmadabad, Delhi, Hyderabad, Indore and Bangalore. The organization of stock exchanges at the above places is in the nature of private clubs, companies limited by guarantee and public limited by guarantee and public limited companies. However, the constitution, bye-laws and regulations of the different stock exchanges have been modified to conform to the rules framed under the Securities Contracts (Regulation) Act 1956. The Bombay Stock Exchange has been granted permanent recognition. The other stock exchanges are granted permission only for five years at a time which is renewable.

Any stock exchange, which is desirous of being recongnised for the purpose of this Act may make an application in the prescribed form to the Central Government. Copies of the bye-laws and rules of the stock exchange for the regulation and control of contracts should also be sent along with application. The application should give information as regards the governing body of such stock exchange, its constitution and powers of management and the manner in which its business is to be transacted, the power and duties of the office bearers of the stock exchange, admission into the stock exchange of various classes of members, the qualification for membership and the exclusion, suspension, expulsion and readmission of members and the nomination and appointments of authorized representatives and clerks. If the Central Government is satisfied, after making an enquiry as may be necessary and after obtaining such further information, it may grant recongnisition to the stock exchange, subject to conditions imposed upon it. ●





ജോൺ കുര്യൻ വടക്കേക്കര
Ph: 94474 35091
image.jkmrt@gmail.com

കരിയർ തീരുമാനങ്ങൾ ... തയ്യാറെടുപ്പുകൾ

മഹത്തായ ജീവിതത്തിന് തുടക്കം കുറിക്കുന്നത്, ആരായിത്തീരുമെന്ന ചിന്തയോടുകൂടി ഭാവനയിൽ വരയ്ക്കപ്പെടുന്ന ചിത്രത്തിലൂടെയാണ്.– എഡിസൺ

ഒരു വലിയ കണ്ടുപിടിത്തക്കാരനാകണമെന്ന് ആഗ്രഹിച്ച്, നിങ്ങളുടെ അകക്കണ്ണിലും നിങ്ങളെക്കുറിച്ചു സ്ഥിരമായൊരു ചിത്രം സൂക്ഷിക്കുക. നിങ്ങൾ ആ ചിത്രത്തിലേക്ക് ആകൃഷ്ടനാകപ്പെടും. – ഹാരി.ഇ. ഫോസ്ഡിക്ക്

പാരാമെഡിക്കൽ കോഴ്സുകൾ

വിജയത്തിനായുള്ള താക്കോൽ ഭാവന തന്നെയാണ്. അത് നിങ്ങളിൽ ഉറച്ച വിശ്വാസവും ദിശാബോധവും നൽകുന്നു. സ്ഥിരമായ ഭാവന നിങ്ങളുടെ ഉള്ളിൽ നിന്നും പുറത്തുനിന്നും ഉള്ള ശക്തി സ്വാംശീകരിച്ച് ഉപബോധമനസ്സിനെ നേട്ടങ്ങൾക്ക് പ്രേരിപ്പിക്കുന്നു. ഇവിടെയാണ് അവരുടെ ഭാവന യാഥാർത്ഥ്യത്തിലെത്തുന്നത്. നിങ്ങൾ ആരായി തീരണമെന്ന് നിങ്ങൾക്ക് തന്നെ ഒരു ബോദ്ധ്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം.

മൈക്കൽ ജോർദാൻ സ്കൂളിൽ പഠിക്കുമ്പോൾ ബാസ്കറ്റ് ബോൾ ടീമിലേക്ക് തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടില്ല. വീട്ടിലേയ്ക്കു മടങ്ങിയ അവൻ നല്ല സ്വപ്നങ്ങൾ കാണാൻ തുടങ്ങി. ബോൾ, ചലനങ്ങൾ ഇവയെല്ലാം അവൻ തന്റെ മനസ്സിൽ കണ്ടു. ബാസ്കറ്റ്ബോൾ കളിക്കാരനാകണമെന്നവൻ ചിന്തിക്കാൻ തുടങ്ങി. കഠിനപ്രയ്തനം കൊണ്ട് ഓരോ നേട്ടങ്ങളും അവൻ നേടികൊണ്ടേയിരുന്നു. തഴയപ്പെട്ടവൻ അവസാനം ലോകപ്രശസ്ത ബാസ്കറ്റ് ബോൾ കളിക്കാരനായി മാറി.

നിങ്ങളുടെ ലക്ഷ്യത്തിൽ വിശ്വസിക്കുക. നിങ്ങളിലും വിശ്വസിക്കുക. ഓരോ ദിവസവും നാം തന്നെ ലക്ഷ്യത്തിലേക്കുള്ള നമ്മുടെ ഭാവിയുടെ ഗ്രോത്ത് വർക്ക് ചെയ്യണം. ഭാവിയെന്ന വഴി നാം നടക്കുമ്പോൾ തെളിയുന്നതാണ്.

നഴ്സിങ്ങ്, പാരാമെഡിക്കൽ കോഴ്സുകളെക്കുറിച്ചാണ് ഈ ലക്കത്തിൽ. വളരെയേറെ സാധ്യതകളും പഠനവും ഇവയിലുണ്ട്. മികച്ച ഭാഷാ നൈപുണ്യം (ഇംഗ്ലീഷ് അല്ലെങ്കിൽ വിദേശഭാഷകളിലേതെങ്കിലും) കൈമുതലായുണ്ടെങ്കിൽ വിദേശങ്ങളിൽ ഒട്ടേറെ അവസരങ്ങളുണ്ട്. ഇന്ത്യയിൽ നഴ്സിംഗ് പഠനത്തിനു ചേരുന്നവർ ഇന്ത്യൻ നഴ്സിംഗ്

കൗൺസിലിന്റെ അംഗീകാരമുള്ള കോഴ്സുകൾക്കാണ് ചേരുന്നതെന്ന് ഉറപ്പു വരുത്തേണ്ടതാണ്. www.indiannursingcouncil.org എന്ന വെബ് സൈറ്റിൽ കോഴ്സുകളുടെ വിവരങ്ങൾ ലഭ്യമാണ്.

ജനറൽ നഴ്സിംഗ് ആൻഡ് മിഡ് വൈഫറി– ബി.എസ്.സി. നഴ്സിംഗ് കോഴ്സുകൾക്ക് പ്ലസ്ടു (ബയോളജി, കെമിസ്ട്രി, ഫിസിക്സ്) പാസ്സായവർക്ക് ചേരാവുന്നതാണ്. ജനറൽ നഴ്സിംഗ് ആൻഡ് മിഡ് വൈഫറി പാസ്സായവർക്ക് പോസ്റ്റ് ബേസിക് ബി.എസ്.സി നഴ്സിംഗിനു ചേരാവുന്നതാണ്. ബി.എസ്.സി നഴ്സിംഗ് പാസ്സായാൽ എം.എസ്.സി നഴ്സിംഗിനു ചേരാം. ഗവൺമെന്റ് തലത്തിലും സ്വകാര്യതലത്തിലും ധാരാളം കോളേജുകൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. www.ibscentre.org സന്ദർശിച്ചാൽ കൂടുതൽ വിവരങ്ങൾ വ്യക്തമാകുന്നതാണ്.

പാരാമെഡിക്കൽ കോഴ്സുകൾ

ആധുനിക വൈദ്യശാസ്ത്രവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട അനവധി അനുബന്ധ മേഖലകളുണ്ട്. ഫാർമസി, നഴ്സിംഗ്, ഒക്യുപേഷണൽ തെറാപ്പി, ലാബ് ടെക്നോളജി, ന്യൂക്ലിയർ മെഡിസിൻ എന്നിങ്ങനെയുള്ള മേഖലകളാണ് പാരാമെഡിക്കൽ വിഭാഗത്തിൽപ്പെടുന്നത്. കേരളത്തിൽ തിരുവനന്തപുരം, കോട്ടയം, കോഴിക്കോട് എന്നിവിടങ്ങളിലെ മെഡിക്കൽ കോളേജുകളിലും സ്വകാര്യ കോളേജുകളിലും ബി.ഫാം കോഴ്സ് നടത്തുന്നുണ്ട്. താഴെ പറയുന്ന പാരാമെഡിക്കൽ കോഴ്സുകൾ നടത്തുന്ന വിവിധ മെഡിക്കൽ കോളേജുകൾ, സ്വകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇന്നു നിലവിൽ കേരളത്തിലുണ്ട്.

മെഡിക്കൽ ലബോറട്ടറി ടെക്നോളജി

Diploma in Laboratory Technology / B.Sc Laboratory Technologyഎന്നീ കോഴ്സുകൾ രക്തം, മലം, മൂത്രം, മറ്റു ശരീര സ്രവങ്ങൾ എന്നിവയുടെ പരിശോധനയും അനുബന്ധ വിഷയങ്ങളുമാണ്.

റേഡിയോളജി / മെഡിക്കൽ ഇമേജിങ്ങ്

എക്സ്റേ, മറ്റു റേഡിയോ ഗ്രാഫിക് സംവിധാനങ്ങൾ (CT, MRI പോലുളളവ) ഉപയോഗിച്ച് രോഗനിർണ്ണയം നടത്തുക, ആന്തരിക മുറിവുകൾ, വീക്കം, ക്ഷതം തുടങ്ങിയവ മനസ്സിലാക്കുക എന്നിവ ഒരു റേഡിയോളജിസ്റ്റിന്റെ ചുമതലയാണ്. റേഡിയോളജി വിഭാഗത്തിൽ ഡോക്ടറെ സഹായിക്കുന്ന ടെക്നോളജിസ്റ്റുകളാണ് റേഡിയോഗ്രാഫർമാർ. (മെഡിക്കൽ ഇമേജിങ്ങ് ടെക്നോളജിസ്റ്റുകൾ).

കോഴ്സുകൾ – ഡിപ്ലോമാ ഇൻ റേഡിയോളജിക്കൽ ടെക്നോളജി, സർട്ടിഫിക്കറ്റ് കോഴ്സ് ഇൻ റേഡിയോളജിക്കൽ ടെക്നോളജി / ബി.എസ്.സി. റേഡിയോളജി.

ന്യൂക്ലിയർ മെഡിസിൻ

റേഡിയോ ആക്ടീവ് പദാർത്ഥങ്ങളുപയോഗിച്ച് രോഗം നിർണ്ണയിക്കുകയും ചികിത്സ നടത്തുകയും ചെയ്യുന്ന വിഭാഗമാണ് ബി.എസ്.സി ന്യൂക്ലിയർ മെഡിസിൻ.

ബ്ലഡ് ബാങ്ക് ടെക്നോളജി

രക്തം പരിശോധിക്കുക, ശേഖരിച്ചു വയ്ക്കുക, സ്വീകർത്താവിന് ലഭ്യമാക്കുക തുടങ്ങിയവയ്ക്കാവശ്യമായ സാങ്കേതിക രീതികളുടെ പഠനം. കോഴ്സുകൾ – ഡിപ്ലോമ / ഡിഗ്രി.

ഒക്യുപ്പേഷണൽ തെറാപ്പി

ശാരീരികമോ മാനസികമോ ആയ വൈകല്യം ബാധിച്ചവരെ അവരുടെ ജീവിത പരിതസ്ഥിതികളിൽ അനുയോജ്യമായ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തി അവരുടെ ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങളിലും തൊഴിലിലുമേർപ്പെടാൻ പ്രാപ്തരാക്കുന്നതിനുളള ശ്രമമാണ് ഒക്യുപ്പേഷണൽ തെറാപ്പിസ്റ്റുകൾ നടത്തുന്നത്. ആശുപത്രികളിലും പുനരധിവാസ കേന്ദ്രങ്ങളിലും മാനസികാരോഗ്യ ചികിത്സാകേന്ദ്രങ്ങളിലും ഉയർന്ന തൊഴിൽ സാധ്യതയുണ്ട്. സ്വന്തമായി ക്ലിനിക്കുകൾ നടത്തിക്കൊണ്ടു പോകുന്നവരെയും നമുക്ക് ഇന്നു കാണുവാൻ സാധിക്കും. കോഴ്സുകൾക്കു റിഹാബിലിറ്റേഷൻ കൗൺസിൽ ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ അംഗീകാരം ഉണ്ടെന്ന് ഉറപ്പാക്കണം. കോഴ്സുകൾ – ഡിപ്ലോമ/ബി.എസ്.സി. ഒക്യുപ്പേഷണൽ തെറാപ്പി.

പ്രോസ്തെറ്റിക്സ് / ഓർത്തോട്ടിക്സ്

കൈകളുടെയോ മറ്റു ശരീരഭാഗങ്ങളുടെയോ വൈകല്യങ്ങൾ അഥവാ അഭാവം (ജനിതകമോ രോഗം മൂലമോ അപകടം മൂലമോ) ബുദ്ധിമുട്ടുന്നവർക്ക് കൃത്രിമ ശരീരഭാഗങ്ങളുടെ സഹായത്തോടെ സാധാരണ ജീവിതം നയിക്കുവാൻ പ്രാപ്തരാക്കുന്നവരാണ് പ്രോസ്തെറ്റിക്സ് ആന്റ് ഓർത്തോട്ടിക്സ് പ്രഫഷണലുകൾ. വൈദ്യശാസ്ത്രത്തിന്റെയും എൻജിനീയറിംഗിന്റെയും സംയോഗമാണ് ഈ മേഖല.

പെർഫ്യൂഷൻ ടെക്നോളജി

ഹൃദയ ശസ്ത്രക്രിയയിലും സദൃശമായ ശസ്ത്രക്രിയകളിലും ഹൃദയം, ശ്വാസകോശം എന്നിവയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുകയും (പലപ്പോഴും ശസ്ത്രക്രിയകളുടെ സമയത്ത് ഹൃദയത്തിന്റെ പ്രവർത്തനം ഏറ്റെടുക്കുന്നത് Heart, Lungsajo-നുകളായിരിക്കും) അതേ സമയം ശാരീരികപ്രവർത്തനങ്ങളെ (ഉദാ. ശ്വസനം, രക്ത ചംക്രമണം) നിർബാധം തുടരാനനുവദിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന യന്ത്രങ്ങൾ പ്രവർത്തിപ്പിക്കുന്നവരാണ് പെർഫ്യൂഷൻ ടെക്നോളജിസ്റ്റുകൾ.

ഹൃദയശസ്ത്രക്രിയാ വിദഗ്ധരും സർജിക്കൽ വിദഗ്ധരും അനസ്തീഷീയോളജിസ്റ്റുകളും ഉൾപ്പെടുന്ന ശസ്ത്രക്രിയ/തീവ്രപരിചരണ സംഘങ്ങളിൽ രോഗിയുടെ ശരീരത്തിന്റെ ഊഷ്മാവ്, ബ്ലഡ് സർക്കുലേഷൻ, രക്തത്തിലെ ഓക്സിജന്റെ അളവ് തുടങ്ങിയവ നിരന്തരം നിരീക്ഷിക്കുക എന്നിവ ഇവരുടെ ചുമതലയാണ്. കോഴ്സുകൾ: ബി.എസ്.സി. പെർഫ്യൂഷൻ ടെക്നോളജി, പി.ജി. ഡിപ്ലോമ/എം.എസ്.സി. പെർഫ്യൂഷൻ ടെക്നോളജി.

ഒപ്റ്റോമെട്രി / ഒഫ്താൽമിക് ടെക്നോളജി

കാഴ്ചശക്തി അളക്കുക, കാഴ്ച മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനാവശ്യമായ ലെൻസുകൾ നിർദ്ദേശിക്കുക എന്നിവയാണ് ഒപ്ടോമെട്രിസ്റ്റുകൾ ചെയ്യുന്നത്. നേത്രപരിശോധനയിലും ചികിത്സയിലും നേത്രരോഗ വിദഗ്ധന് (ഒഫ്താൽമോളജിസ്റ്റ്) ആവശ്യമായ സഹായം കൊടുക്കുക എന്നതാണ് ഒഫ്താൽമിക് ടെക്നോളജി അസിസ്റ്റന്റിന്റെ ജോലി. കണ്ണടകൾ രൂപകൽപന ചെയ്ത് നിർമ്മിക്കുന്നവരെ ഒപ്റ്റീഷ്യൻസ് എന്നുപറയുന്നു.

കോഴ്സ്- ബി.സ്.സി ഒപ്ടോമെട്രി, ഡിപ്ലോമ ഇൻ ഒഫ്താൽമിക് ടെക്നോളജി

റെസ്പിറേറ്ററി തെറാപ്പി

ശ്വാസകോശ സംബന്ധമായ തകരാറുകൾ, ആസ്മ, ബ്രോങ്കൈറ്റിസ് തുടങ്ങിയ ശ്വാസസംബന്ധമായ രോഗങ്ങൾ എന്നിവയെക്കുറിച്ചുള്ള പഠനമാണിത്. ആശുപത്രികളിലും ഇത്തരം ചികിത്സകൾക്കാവശ്യമായ ഉപകരണങ്ങളുടെ മാർക്കറ്റിംഗിലും വളരെയേറെ തൊഴിലവസരങ്ങളുണ്ട്.

ഡയോബറ്റോളജി

പ്രമേഹരോഗത്തിന്റെ കാരണങ്ങൾ, ഡയഗ്നോസിസ്, ചികിത്സ എന്നിവയെക്കുറിച്ചുള്ള പഠനം.

ഫിസിക്കൽ തെറാപ്പി

രോഗങ്ങൾ മൂലമോ അപകടങ്ങൾ മൂലമോ ഉണ്ടാകുന്ന ശാരീരിക വൈകല്യങ്ങൾ, ശാസ്ത്രീയമായ വ്യായാമ മുറകളിലൂടെയും Manual Therapy വഴിയും ഭേദപ്പെടുത്തലാണ് ഫിസിയോതെറാപ്പി കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്. നല്ല കരിയർ നൽകുന്ന മേഖലയാണിത്.

സൈറ്റോ ടെക്നോളജി

സൈറ്റോ ടെക്നോളജി കോശ സംബന്ധമായ രോഗങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള പഠനമാണ്.

ക്ലിനിക്കൽ റിസർച്ച്

രോഗങ്ങൾ, രോഗകാരണങ്ങൾ, ചികിത്സാരീതികൾ, മരുന്നുകൾ, മരുന്നുകളുടെ പ്രയോജനക്ഷമത എന്നിവയെക്കുറിച്ച് പഠിക്കുന്ന മേഖലയാണിത്. കെമിക്കൽ/ലൈഫ് മെഡിക്കൽ സയൻസ് വിഷയങ്ങളിലൊന്നിൽ ബിരുദം ഉള്ളവർക്ക് ഈ കോഴ്സിനു ചേരാവുന്നതാണ്.

ഓപ്പറേഷൻ തീയറ്റർ അസിസ്റ്റന്റ്

ശസ്ത്രക്രിയ നടത്തുന്ന ഡോക്ടറെ സഹായിക്കുക, ഓപ്പറേഷൻ തീയേറ്ററിലെ ഉപകരണങ്ങൾ പ്രവർത്തിപ്പിക്കുക എന്നിവയാണ് OT (Operation Theatre) അസിസ്റ്റന്റിന്റെ കടമ. കോഴ്സ്. ഡിപ്ലോമ, ഡിഗ്രി ഇൻ ഓപ്പറേഷൻ തിയേറ്റർ അസിസ്റ്റന്റ്.

ന്യൂട്രീഷൻ / ഡയറ്റീഷ്യൻ

രോഗാവസ്ഥയില്ലാത്ത ഒരു വ്യക്തിയുടെ ആരോഗ്യസംരക്ഷണത്തിന് ഭക്ഷണത്തിൽ വരുത്തേണ്ട ക്രമീകരണം നിർദ്ദേശിക്കുന്നവരാണ് ന്യൂട്രീഷൻസ്. രോഗികളും അല്ലാത്തവരുമായ വ്യക്തികൾക്ക് അനുയോജ്യമായ ഭക്ഷണക്രമം, രീതി, ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കൾ എന്നിവ നിർദ്ദേശിക്കുകയാണ് ഡയറ്റീഷ്യൻ.

ഡയറ്റീഷ്യൻ ന്യൂട്രീഷനായും പ്രവർത്തിക്കാം. ഒരു ന്യൂട്രീഷൻ പ്രധാനമായും non clinical (food industry) കൺസൾട്ടൻസി, സ്പോർട്സ്, അധ്യാപനം തുടങ്ങിയ പ്രവർത്തനങ്ങളിലേർപ്പെടുമ്പോൾ ഡയറ്റീഷ്യൻ ആശുപത്രികൾ, പൊതുജനാരോഗ്യ കേന്ദ്രങ്ങൾ എന്നിവയിലും food industry ഗവേഷണം, കൺസൾട്ടൻസി തുടങ്ങിയ മേഖലകളിലും പ്രവർത്തിക്കുന്നു.

കോഴ്സുകൾ: ബി.എസ്.സി/എം.എസ്.സി/ന്യൂട്രീഷൻ/ ഡയറ്റിക്സ്.

സ്പീച്ച് തെറാപ്പി, എമർജെൻസി കെയർ തുടങ്ങിയവയിൽ ഡിപ്ലോമ / degree in Audiology and degree language, degree in Speech and Hearing Therapy കോഴ്സുകളുണ്ട്. പാരാമെഡിക്കൽ കോഴ്സുകൾക്കുള്ള യോഗ്യത പ്ലസ്ടു സയൻസ് Biology, Physics, Chemistry) ആണ്. 

Classifieds

for all creative solutions
ADART
Academy of Digital Arts & Technology
Mughal Palace Building, Collectorate P.O.
Sasthri Road extn., Kottayam.
Ph: 9744993356
adartktm@gmail.com

Event Management & Training
Dream Setters
EVENTS & TRAININGS
Kottayam
Ph: 94471 14328, 94959 94328
dreamsetterseventsevents@gmail.com

If you can read this, thank a teacher
- Anomymous teacher

The habit of reading is the only enjoyment in which there is no alloy; it lasts when all other pleasures fade
- Anthony Trollope





ഉപമ

എസ്.എസ്. ജിഷ്ണുദേവ് രചനയും ഛായാഗ്രഹണവും ഗാന രചനയും സംവിധാനവും എഡിറ്റിംഗും നിർവ്വഹിക്കുന്ന ചലച്ചിത്രമാണ് ഉപമ. ആർട്ടിസ്റ്റ് ഫിലിംസിന്റെ ബാനറിലാണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. കേരളത്തിലെ സമകാലിക സാമൂഹിക സ്ഥിതി വളരെ വ്യക്തതയോടെ വരച്ചുകാട്ടുന്ന ചിത്രമാണിത്. മനുഷ്യനും പ്രകൃതിയും തമ്മിലുള്ള ആത്മബന്ധമാണ് ചിത്രത്തിന്റെ പ്രമേയം. ശശികാന്തൻ, ഹരികൃഷ്ണൻ, അനസ് റഹിം, നിതിൻ നോബിൾ, മാനസപ്രഭു, സുനിൽകുമാർ, രാജേഷ് അറപ്പുരയിൽ, സിയ എന്നിവരാണ് പ്രധാന താരങ്ങൾ. സംഗീത സംവിധാനം : നിതിൻ നോബിൾ. ഗായകൻ : ജാസി ഗിഫ്റ്റ്. ഓഡിയോ പോസ്റ്റ് പ്രൊഡക്ഷൻ : മ്യൂസിക് ഫാക്ടറി, തിരുവനന്തപുരം. സൗണ്ട് എഞ്ചിനീയർ, പശ്ചാത്തല സംഗീതം : എൻ.ആർ. വൈത്തീശ്വരൻ. പി.ആർ.ഒ.: റഹിം പനവൂർ.

തമിഴിലെ ആദ്യത്തെ ഫൗണ്ട് ഫുട്ടേജ് സിനിമയായ അമാനുടയുടെ സംവിധായകനാണ് എസ്. എസ്. ജിഷ്ണുദേവ്.

– റഹിം പനവൂർ (99465 84007)

മുത്തച്ഛന്റെ മാണിക്യം



മണികണ്ഠൻ ആർ.നായർ രചനയും സംവിധാനവും നിർവഹിക്കുന്ന മുത്തച്ഛന്റെ മാണിക്യം എന്ന ഹ്രസ്വചിത്രത്തിന്റെ സ്വിച്ച്ഓൺ കർമ്മം സിനിമ പി.ആർ.ഒ റഹിം പനവൂർ നിർവഹിച്ചു. റിട്ടയേർഡ് ഡി.വൈ.എസ്.പി മാധവൻ നായർ, തങ്കപ്പൻ നായർ, സംവിധായകൻ മണികണ്ഠൻ ആർ.നായർ, ഷിബുവിളപ്പിൽ, മാസ്റ്റർആദർശ് വിളപ്പിൽ, ഷൈജു കൃഷ്ണ, പ്രിയാരാജ് കൊല്ലം, അമൃത തുടങ്ങിയവർ സംസാരിച്ചു.

വീട് ഉപേക്ഷിച്ചിറങ്ങിയ മാണിക്യൻ എന്ന ബാലന്റെ കഥ പറയുന്ന ഹ്രസ്വചിത്രമാണ് ഇത്.

ആകാശ് ക്രിയേഷൻസിന്റെ ബാനറിൽ ഷിബുവിളപ്പിൽ ആണ് ഈ ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്.

മാസ്റ്റർ ആദർശ് വിളപ്പിൽ, റഹിം പനവൂർ, താരാ നായർ, സുകന്യ കായംകുളം, മാധവൻ നായർ, പ്രിയാ രാജ് കൊല്ലം, ചന്തു, ആകാശ്, അമൃത, ബി.തമ്പി, ഷൈജു കൃഷ്ണ, മിഥുൻ മഹേഷ്, നിവേദ്യ, അലൻ സന്തോഷ്, അനുഗ്രഹ, സവിൻദാസ്, ബിന്ദു, ചിന്നു, സുരേഷ് കാട്ടാക്കട എന്നിവരാണ് പ്രധാന താരങ്ങൾ. മാണിക്യൻ എന്ന ടൈറ്റിൽകഥാപാത്രത്തെ മാസ്റ്റർ ആദർശ് വിളപ്പിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നു. ഛായാഗ്രഹണം: ബിജു പോത്തൻകോട്. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ: ഷിബു വിളപ്പിൽ. അസിസ്റ്റന്റ് ഡയറക്ടർമാർ: ബി. തമ്പി, പ്രിയാരാജ് കൊല്ലം.

-റഹിം പനവൂർ





ആപ്പിളും ഐഫോണും പിക്സാറുമായി ലോകത്തെ മാറ്റി പ്രതിഷ്ഠിച്ച സ്റ്റീവ് ജോബ്സ്

ഭാഗം –15

പേഴ്സണൽ കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ, സംഗീതം, ആനിമേഷൻ ചലച്ചിത്രങ്ങൾ, ടാബ്‌ലെറ്റ്, ഫോണുകൾ, ഡിജിറ്റൽ പബ്ലിഷിംഗ്, കമ്പ്യൂട്ടിംഗ് എന്നീ വ്യവസായങ്ങളിൽ വിപ്ലവം സൃഷ്ടിച്ച് ലോകത്തെ മാറ്റിമറിച്ച സർഗ്ഗാത്മക പ്രതിഭയായ സ്റ്റീവ് ജോബ്സിനെപ്പറ്റിയുള്ള പരമ്പര.

ഫയർ വയർ

വീഡിയോപോലുള്ള ഡിജിറ്റൽ ഫയലുകളെ ഒരു സംവിധാനത്തിൽ നിന്ന് മറ്റൊന്നിലേക്കു മാറ്റാനുള്ള ഹൈസ്പീഡ് സീരിയൽ പോർട്ട് 1990കളുടെ തുടക്കത്തിൽ ആപ്പിൾ കണ്ടുപിടിച്ചു. ഫയർ വയർ എന്നാണീ സാങ്കേതികവിദ്യയ്ക്കു നാമകരണം ചെയ്തിരുന്നത്.

വീഡിയോ ക്യാമറയിൽ നിന്നു കമ്പ്യൂട്ടറിലേയ്ക്കുമാറ്റി എഡിറ്റു ചെയ്യാനാണ് ഫയർ വയർ ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത്. ഐമാക്കിന്റെ 1999ൽ ഇറക്കിയ പതിപ്പിൽ ഇത് ഉപയോഗിച്ചു. ജാപ്പനീസ് കാം കോഡർ കമ്പനികളും ഫയർ വയർ ഉപയോഗിച്ചു.

സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് ഡിജിറ്റൽ ഗ്രാഫിക്സ് കമ്പനിയായ അഡോബിനെ (Adobe) സമീപിച്ചു. വിൻഡോസ് കമ്പ്യൂട്ടറുകളിലൂടെ പ്രശസ്തമായ അഡോബ് പ്രീമിയറിന്റെ പുതിയ മാക് പതിപ്പ് നിർമ്മിച്ചു തരാൻ ആവശ്യപ്പെട്ടു. കാരണം ശക്തമായ ഒരു വീഡിയോ എഡിറ്റിംഗ് സോഫ്റ്റുവെയർ ഐ-മാക്കിന് ആവശ്യമായിരുന്നു.

പക്ഷേ അഡോബ് ആവശ്യം നിരസ്സിച്ചു. മക്കിന്റോഷ് ഉപയോഗിക്കുന്നവർ കുറവാണെന്നും അതിൽ പണം മുടക്കിയാൽ നഷ്ടം വരുമെന്നും അഡോബ് പറഞ്ഞു. സ്റ്റീവിന് അതൊരു പ്രഹരമായിരുന്നു. പത്തു വർഷങ്ങൾക്കു ശേഷം ഐ-പാഡിൽ 'അഡോബ് ഫ്ളാഷ്' പ്രവർത്തിപ്പിക്കാൻ അനുവദിക്കാതെ ജോബ്സ് പകരം വീട്ടി.

ഒരു സംവിധാനത്തിന്റെ പ്രധാന ഘടകങ്ങളെല്ലാം തന്റെ പക്കലുണ്ടായിരിക്കണമെന്ന് സ്റ്റീവ് പഠിച്ചു. ഹാർഡ്‌വെയറിന്റെയും സോഫ്റ്റ്‌വെയറിന്റെയും നിയന്ത്രണം തന്റെ കയ്യിലില്ലെങ്കിൽ ബിസിനസ്സ് വിജയിക്കുകയില്ല. അതുകൊണ്ട് മാകിന്റോഷിനു വേണ്ടി ആപ്ലിക്കേഷൻ സോഫ്റ്റുവെയർ നിർമ്മിക്കാനാരംഭിച്ചു. അത് വിവിധ ഉപകരണങ്ങളുടെ ഒരു പരമ്പരയായിരുന്നു.

ഡിജിറ്റൽ വീഡിയോ എഡിറ്റു ചെയ്യാനുള്ള ഫൈനൽ കട്ട് പ്രോ, കസ്റ്റമർക്കു എളുപ്പത്തിൽ കൈകാര്യം ചെയ്യാവുന്ന ഐ-മൂവി, സംഗീതവും വീഡിയോയും ഡിസ്കിലേയ്ക്കു പകർത്താനുള്ള ഐ-ഡിവിഡി, അഡോബ് ഫോട്ടോഷോപ്പിനു പകരമുള്ള ഐ-ഫോട്ടോ, സംഗീതം ഉണ്ടാക്കാനും മിക്സ് ചെയ്യാനുമുള്ള

ഗാരേജ് ബാൻഡ്, ഗാനങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന ഐ-ട്യൂൺസ്, ഗാനങ്ങൾ വിലയ്ക്കു വാങ്ങാനുള്ള ഐ-ട്യൂൺസ് സ്റ്റോർ എന്നിവ ഉൾപ്പെട്ടതായിരുന്നു ആ പരമ്പര.

സ്റ്റീവ് ജോബ്സിന്റെ ഡിജിറ്റൽ കേന്ദ്രമെന്ന ആശയം പ്രാവർത്തികമായി തുടങ്ങുകയായിരുന്നു. കമ്പ്യൂട്ടർ, സോഫ്റ്റ്‌വെയർ, ഫയർ വയർ, ആപ്ലിക്കേഷനുകൾ, ബന്ധപ്പെട്ട സംവിധാനം എന്നിവയെല്ലാം പൂർണ്ണമായി യോജിച്ചാൽ മാത്രമേ പ്രവർത്തനം കൂടുതൽ മികച്ചതാക്കാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ. ഇപ്രകാരം ഏകോപിപ്പിച്ച ഒരു സമീപനമാണ് സ്റ്റീവ് സ്വീകരിച്ചത്.

അന്നത്തെ ഇലക്ട്രോണിക് കമ്പനികളെല്ലാം ഓരോരോ രംഗങ്ങളിൽ പ്രഗത്ഭരായിരുന്നു. അഡോബ് കുറെയധികം ആപ്ലിക്കേഷനുകൾ വികസിപ്പിച്ചു. മൈക്രോ സോഫ്റ്റ് സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകൾ നിർമ്മിച്ചു. കോംപാക്കും ഡെല്ലും ഹാർഡ് വെയർ തയ്യാറാക്കി. സോണി പലതരം ഡിജിറ്റൽ സംവിധാനങ്ങളുണ്ടാക്കി. എന്നാൽ ആപ്പിളിനാണ് ഇവയെല്ലാം ഒരേ കുടക്കീഴിൽ ചെയ്യാൻ സാധിച്ചിരുന്നത്. ഹാർഡ് വെയർ, സോഫ്റ്റ് വെയർ, ഓപ്പറേറ്റിംഗ് സിസ്റ്റം എന്നിവ സ്വന്തമായുള്ള കമ്പനി ആപ്പിൾ മാത്രമായിരുന്നു. ഡിജിറ്റൽ രംഗത്തെ ആപ്പിളിന്റെ ആദ്യത്തെ കേന്ദ്രീകൃത സംവിധാനം വീഡിയോ ആയിരുന്നു.

ഫയർ വയർ കൊണ്ട് വീഡിയോ മാക്കിലേയ്ക്കു പകർത്താം. ഐ-മൂവികൊണ്ട് അതിനെ എഡിറ്റു ചെയ്യാം. ഇനി വേണ്ടത് ഡിവിഡി പകർത്താനുള്ള സംവിധാനമാണ്. അതിന്റെ നിർമ്മാതാക്കളോടൊപ്പം സ്റ്റീവ് പ്രവർത്തിച്ചു. കഴിയുന്നത്ര ലളിതമാക്കാനായിരുന്നു ശ്രമം.

ഇന്റർ ഫേസിന്റെ ആദ്യ രൂപം പ്രവർത്തിച്ചു തുടങ്ങിയപ്പോൾ സ്ക്രീനിൽ തെളിഞ്ഞ ചിത്രങ്ങൾ സ്റ്റീവിനെ ആവേശഭരിതനാക്കി. പുതിയ ആപ്ലിക്കേഷൻ വരച്ചു കാണിച്ചു. അതിനൊരു വിൻഡോ ഉണ്ട്. വീഡിയോയെ ആ വിൻഡോയിൽ കൊണ്ടു വന്നിട്ട് 'copy' എന്ന ബട്ടനമർത്തിയാൽ അതു പകർത്തപ്പെടും.

ഐ-ട്യൂൺസ്

2000-മാണ്ടോടെ സിഡിയിൽ നിന്ന് കമ്പ്യൂട്ടറിലേയ്ക്കും ഗാനങ്ങൾ പകർത്താൻ തുടങ്ങി. അന്ന് അമേരിക്കൻ ഐക്യനാടുകളിലെ ജനസംഖ്യ 281 മില്യനാണ്. എന്നാൽ ആ വർഷം അവിടെ വിറ്റുപോയ സിഡികളുടെ എണ്ണം 320 മില്യനാണ്.

കച്ചവടത്തിൽ എച്ച്.പി പോലുള്ള കമ്പനികൾ വളരെ ദൂരം മുന്നോട്ടുപോയിരുന്നു. സിഡിയുടെ പകർപ്പെടുക്കുന്ന സംവിധാനം കണ്ടുപിടിക്കപ്പെട്ടെങ്കിലും ആപ്പിൾ അതു വിജയപ്രദമായി ഉപയോഗിച്ചില്ല. ഐ-മാക്കിൽ 'സിഡി ബേർണർ' ഉണ്ടായിരുന്നെങ്കിലും അതു പോരായിരുന്നു. സംഗീതം സിഡിയിൽ നിന്ന് കമ്പ്യൂട്ടറിലേയ്ക്കു പകർത്തുന്നത് ലളിതമായിരിക്കണം.

ഈ സമയം ബിൽ കിൻകെയ്ഡ് (Bill kincaid) എന്ന കാറോട്ട മത്സരക്കാരൻ രംഗത്തു വന്നു. അദ്ദേഹം മുമ്പ് ആപ്പിൾ സോഫ്റ്റ്‌വെയറിൽ എഞ്ചിനീയറായിരുന്നു. ഡിജിറ്റൽ സംഗീത ഉപകരണമായ 'mp3' പോർട്ടബിൾ മ്യൂസിക് പ്ലെയറായ 'റയോ' (Rio) യിൽ പ്രവർത്തിക്കും. പക്ഷേ അതു മാക്കിൽ പ്രവർത്തിക്കുകയില്ല. മാക്കിനുവേണ്ടി റയോയുടെ ഒരു രൂപം തയ്യാറാക്കാൻ ബിൽ പരിശ്രമമാരംഭിച്ചു.

ബിൽ കിൻകെയ്ഡ് സുഹൃത്തുക്കളായ ജെഫ് റോബിനെയും ഡേവ് ഹെല്ലെറേയും കൂട്ടി സൗണ്ട് ജാം (Sound Jam) എന്ന ഉപകരണം അവർ കണ്ടുപിടിച്ചു. ആപ്പിളിലെ മുൻ സോഫ്റ്റുവെയർ മാനേജർമാരായിരുന്നു ജെഫും ഡേവും. സൗണ്ട് ജാം ആപ്പിൾ വിലയ്ക്കെടുക്കുകയും അവരെ ആപ്പിളിലേയ്ക്കു തിരിച്ചു വിളിക്കുകയും ചെയ്തു.

സൗണ്ട് ജാമിനെ ആപ്പിൾ ഉൽപന്നമാക്കി മാറ്റി. ഗാനമോ, ആൽബമോ, ഗായകനെയോ സെർച്ചു ചെയ്യുന്നതിനുപകരം ടൈപ്പു ചെയ്താൽ മതിയായിരുന്നു. ആ ഉപകരണത്തിന്റെ പേരാണ് ഐ-ട്യൂൺസ്.

2001 ജനുവരിയിൽ ഐ-ട്യൂൺസ് ഉത്ഘാടനം ചെയ്തു. മാക് ഉപയോഗിക്കുന്നവർക്കെല്ലാം അതു സൗജന്യമായിരുന്നു. 'റിപ്, മിക്സ്, ബേൺ' (Rip,mix,Burn) എന്നായിരുന്നു ഐ-ട്യൂൺസിന്റെ പരസ്യ മുദ്രാവാക്യം.

> ഒരു സംവിധാനത്തിന്റെ പ്രധാന ഘടകങ്ങളെല്ലാം തന്റെ പക്കലുണ്ടായിരിക്കണമെന്ന് സ്റ്റീവ് പഠിച്ചു. ഹാർഡ് വെയറിന്റെയും സോഫ്റ്റ്‌വെയറിന്റെയും നിയന്ത്രണം തന്റെ കയ്യിലില്ലെങ്കിൽ ബിസിനസ്സ് വിജയിക്കുകയില്ല. അതുകൊണ്ട് മാകിന്റോഷിനു വേണ്ടി ആപ്ലിക്കേഷൻ സോഫ്റ്റുവെയർ നിർമ്മിക്കാനാരംഭിച്ചു. അത് വിവിധ ഉപകരണങ്ങളുടെ ഒരു പരമ്പരയായിരുന്നു.

ഐ-പോഡ്

ഒരു പോർട്ടബിൾ മ്യൂസിക് പ്ലെയർ നിർമ്മിക്കാനാണ് ജോബ്സ് പിന്നീടു ശ്രമിച്ചത്. സംഗീതം അദ്ദേഹം വളരെ ഇഷ്ടപ്പെട്ടിരുന്നു. ചെറിയ LCD സ്ക്രീനും റീ ചാർജ്ജു ചെയ്യാവുന്ന ലിത്തിയം പോളിമർ ബാറ്ററിയും അവർ നിർമ്മിച്ചു. എന്നാൽ വലിയ മെമ്മറിയോടു കൂടിയ ഡിസ്ക് ഡ്രൈവു കിട്ടിയില്ല.

അടുത്തവർഷം ജപ്പാൻ സന്ദർശിച്ചപ്പോൾ തോഷിബയുടെ ലാബിൽ നിന്നിറങ്ങുന്ന പുതിയ ഉൽപ്പന്നം സ്റ്റീവിന്റെയും എഞ്ചിനീയർമാരുടെയും ശ്രദ്ധയിൽ പെട്ടു. ഒരു വെള്ളി ഡോളറിന്റെ (1.5 ഇഞ്ച്) വലിപ്പമുള്ള ഒരു സാധനം. ആയിരത്തോളം പാട്ടുകൾ (5 ജിഗാബൈറ്റ്) സംഭരണശേഷിയുണ്ടതിന്. തോഷിബയുടെ എഞ്ചിനീയർമാർക്ക് അതെന്തിനു കൊള്ളാമെന്നറിയില്ല. പക്ഷേ സ്റ്റീവിന്റെ എഞ്ചിനീയർ റൂബിൻ സ്റ്റീൻ അതിനെ എങ്ങനെ ഉപയോഗിക്കാമെന്നു മനസ്സിലാക്കി. ആയിരം പാട്ടുകൾ പോക്കറ്റിൽ....!



ബാറ്റൺ ബോസ്
നോവലിസ്റ്റ്, തിരക്കഥാകൃത്ത്, ചാനൽ പ്രോഗ്രാം ഡയറക്ടർ



നിശ്ചയദാർഢ്യം നിരന്തര വിജയം

നിശ്ചയദാർഢ്യമുള്ളയാൾ ദീർഘദൂരം താണ്ടുന്നു– ചെൽസി ക്ലിന്റൺ

കഴിവ് മാത്രമാണ് ജീവിത വിജയത്തിന്റെ കാരണമെന്നാണ് ബഹു ഭൂരിപക്ഷം ആളുകളുടെയും വിശ്വാസം എന്നാൽ കഴിവിനേക്കാളും പ്രാപ്തിയേക്കാളും പ്രാധാന്യമർഹിക്കുന്ന വിജയത്തിന്റെ ചേരുവയാണ് നിശ്ചയദാർഢ്യമെന്നത്. നിശ്ചയദാർഢ്യം വിജയിക്കുവാനുള്ള സാധ്യത പതിൻമടങ്ങാക്കുന്നു. പ്രചോദനം ഒട്ടും ചോർന്ന് പോകാതെ വിജയപാതയിൽ മുന്നേറുവാൻ നിശ്ചയദാർഢ്യം സഹായിക്കുന്നു. 'നമ്മുടെ പ്രശ്നങ്ങളെ നിശ്ചയദാർഢ്യം കൊണ്ട് നേരിട്ടാൽ വിജയം സുനിശ്ചിതം' എന്നാണ് അമേരിക്കയുടെ മുൻ പ്രസിഡന്റ് ഫ്രാങ്ക്ളിൻ റൂസ്‌വെൽറ്റ് പ്രസ്താവിച്ചിരിക്കുന്നത്.

ഏതൊരു കാര്യം തുടങ്ങിവയ്ക്കുന്ന സന്ദർഭങ്ങളിലും നിശ്ചയദാർഢ്യം കൂടിയേ തീരൂ. നിശ്ചയദാർഢ്യത്തോടെ ഒരു പുതിയ ഭാഷ പഠിക്കുവാൻ ശ്രമിക്കുന്ന വ്യക്തി അത് ഹൃദ്യസ്ഥമാക്കുന്നു. നിശ്ചയദാർഢ്യത്തോടെ പുതിയ സംരംഭം ആരംഭിക്കുന്ന വ്യവസായി അത് വിജയകരമായി മുൻപോട്ട് കൊണ്ടുപോകുന്നു. നിശ്ചയദാർഢ്യത്തോടെ ഒരു കോഴ്സ് തന്റെ പഠനത്തിനായി തിരഞ്ഞെടുക്കുന്ന വിദ്യാർത്ഥി ഉന്നത വിജയം കരസ്ഥമാക്കുന്നു. എന്തിന് ഒരു പുസ്തകം വായന ആരംഭിച്ച് പൂർത്തിയാക്കുന്നതിനുപോലും നിശ്ചയദാർഢ്യം കൂടിയേ തീരൂ. നിശ്ചയദാർഢ്യം കൈമുതലായുള്ള വ്യക്തിക്ക് ഒരിക്കലും നിരാശപ്പെടേണ്ടി വരുകയില്ല. അപ്രതീക്ഷിതമായ ദുരന്തങ്ങളിൽ, ആത്മവിശ്വാസം ചോർന്ന് പോകുന്ന നിമിഷങ്ങളിൽ നിശ്ചയദാർഢ്യം നമ്മെ തുണയ്ക്കുന്നു. നിശ്ചയദാർഢ്യം നേടിയെടുത്തു കഴിഞ്ഞാൽ മനസ്സ് അച്ചടക്കമുള്ളതാകുന്നു മാത്രമല്ല എത്ര വലിയ ഉദ്യമവും ഏറ്റെടുക്കുവാൻ തക്ക രീതിയിൽ അത് പരുവപ്പെടുന്നു. 'മികച്ച പുസ്തകം മികച്ച ആശയത്തോടെ ആരംഭിക്കുന്നു. മികച്ച ജീവിതം ദൃഢനിശ്ചയത്തോടെ ആരംഭിക്കുന്നു' എന്നാണ് അമേരിക്കൻ നോവലിസ്റ്റ് ലൂയിസ് എൽ അമാർ (Louis L'amour) അഭിപ്രായപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. 'Fall seven times, stand up eight" 'ഏഴു തവണ വീഴുക എട്ടാമതായി എഴുന്നേൽക്കുക' എന്നർത്ഥം വരുന്ന പ്രശസ്തമായ ജാപ്പനീസ് പഴമൊഴിയും സമാനമായ ആശയമാണ് മുന്നോട്ട് വയ്ക്കുന്നത്.

നേതൃസ്ഥാനങ്ങൾ അലങ്കരിക്കുന്ന വ്യക്തികൾ നിശ്ചയദാർഢ്യം ആർജിച്ചെടുത്തേ മതിയാവൂ യഥാർത്ഥ നേതാക്കൾ എന്നാൽ അസാധാരണ നിശ്ചയദാർഢ്യമുള്ള സാധാരണ മനുഷ്യരാണ് എന്ന് പറയാറുണ്ട്. നിശ്ചയദാർഢ്യമുള്ള ആളുകൾ പൊതുവെ അവരുടെ മികവുകളെ ശ്രദ്ധിക്കുകയും തങ്ങളുടെ കുറവുകളെ മികവുകളാക്കി മാറ്റുവാൻ പരിശ്രമിക്കുകയും ചെയ്യുന്നവരാണ്. മാത്രമല്ല ഇത്തരം വ്യക്തികൾ എപ്പോഴും ശുഭാപ്തി വിശ്വാസം വച്ചുപുലർത്താൻ ജാഗ്രത കാണിക്കുന്നവരാണ്. 'നിങ്ങൾ നരകത്തിലൂടെയാണ് കടന്നുപോകുന്നതെങ്കിലും മുന്നോട്ട് തന്നെ നീങ്ങുക' എന്ന വിൻസ്റ്റൺ ചർച്ചിലിന്റെ പ്രസ്താവന ഇവിടെ വളരെയധികം പ്രസക്തമാണ്. ചെയ്യുന്ന കാര്യങ്ങ



ളിലും നേടിയ നേട്ടങ്ങളിലും സംതൃപ്തി ഉള്ളവരാണ് നിശ്ചയദാർഢ്യമുള്ള വ്യക്തികൾ. 'സംതൃപ്തിയോടെ ഉറങ്ങാൻ പോകുന്നവരാണ് നിങ്ങളെങ്കിൽ നിശ്ചയദാർഢ്യത്തോടെ ഉണരാൻ നിങ്ങൾക്ക് കഴിയും' എന്നാണ് അമേരിക്കൻ പത്രപ്രവർത്തകനായ ജോർജ് ലോറിമർ പറഞ്ഞ് വയ്ക്കുന്നത്.

വാൾട്ടർ ഏലിയാസ് ഡിസ്നി അഥവാ വാൾട്ട് ഡിസ്നി എന്ന പ്രശസ്ത സിനിമാ നിർമ്മാതാവ് നിശ്ചയദാർഢ്യത്തിന്റെ മകുടോദാഹരണമാണ്. അമേരിക്കയിലെ ചിക്കാഗോയിൽ ജനിച്ച അദ്ദേഹം അനിമേഷൻ സിനിമാ ലോകത്തെ അതികായനായായിരുന്നു അറിയപ്പെയട്ടിരുന്നത്. ആ രംഗത്ത് ഒട്ടേറെ പരീക്ഷണങ്ങൾക്കും മാറ്റങ്ങൾക്കും നാന്ദി കുറിച്ച അദ്ദേഹത്തെ തേടി ഇരുപത്തിയാറ് തവണയാണ് ഓസ്കാർ പുരസ്കാരമെത്തിയത്. ഇതിൽ ആറെണ്ണം ലഭിച്ചത് മരണാനന്തര ബഹുമതിയായിട്ടായിരുന്നു. ഓസ്കാറിന് പുറമേ ഗോൾഡൻ ഗ്ലോബ്, എമ്മി അവാർഡ് തുടങ്ങി സിനിമാ രംഗവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നിരവധി പുരസ്കാരങ്ങൾ അദ്ദേഹത്തെ തേടിയെത്തുകയുണ്ടായി. ചെറുപ്പം മുതലേ ചിത്രകലയിൽ താൽപര്യം കാട്ടിയ അദ്ദേഹം ബാല്യകാലത്ത് തന്നെ ചിത്രകലാ ക്ലാസ്സുകൾ എടുത്ത് തുടങ്ങിയിരുന്നു. പതിനെട്ടാം വയസ്സിൽ ജോലിയിൽ പ്രവേശിച്ച അദ്ദേഹം ഒരു വർഷത്തിനകം തന്റെ സഹോദരൻ റോയ് ഒലിവർ ഡിസ്നിയോടൊപ്പം ചേർന്ന് ഡിസ്നി ബ്രദേഴ്സ് സ്റ്റുഡിയോ ആരംഭിച്ചു. പിന്നീട് തന്റെ ഒരു സുഹൃത്തിനോടൊപ്പം ചേർന്ന് ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും പ്രശസ്തമായ കാർട്ടൂൺ കഥാപാത്രമായ മിക്കി മൗസിന് ജന്മം നൽകി. മിക്കി മൗസിന്റെ ആരംഭകാലത്ത് മിക്കി മൗസിന് ശബ്ദം നൽകിയത് പോലും വാൾട്ട് ഡിസ്നി തന്നെ ആയിരുന്നു. മിക്കി മൗസിന്റെ വിജയത്തോടെ ആനിമേഷൻ രംഗത്ത് അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്വീകാര്യത വർദ്ധിച്ചു. കുറച്ച് വർഷങ്ങൾക്ക് ശേഷം സ്ഥാപിതമായ അമ്യൂസ്മെന്റ് പാർക്കായ ഡിസ്നി ലാൻഡും അത്യാധുനിക തീം പാർക്കായ ഡിസ്നി വേൾഡും അദ്ദേഹത്തിന്റെ ചിന്തയിൽ വിരിഞ്ഞ അത്ഭുതങ്ങളായിരുന്നു. വിജയത്തിൽ നിന്ന് വിജയത്തിലേക്കുള്ള വാൾട്ട് ഡിസ്നിയുടെ യാത്രയിൽ അദ്ദേഹത്തിന് തുണ നിശ്ചയദാർഢ്യമുള്ള കുലുങ്ങാത്ത മനസ്സ് മാത്രമായിരുന്നു. ഒരിക്കൽ ഒരു പത്രസ്ഥാപനത്തിൽ നിന്ന് സർഗാത്കതയും ആശയങ്ങളും ഇല്ല എന്ന് പറഞ്ഞ് ജോലി നിരസിക്കപ്പെട്ട അദ്ദേഹം മരണശേഷവും ഓസ്കാറുകൾ നേടി ലോകത്തെ അതിശയിപ്പിച്ചു. താൻ ഏറ്റെടുക്കുന്ന ദൗത്യത്തിൽ പരിപൂർണ്ണമായി സമർപ്പിക്കുന്ന ഒരു ശൈലിക്ക് ഉടമയായിരുന്നു അദ്ദേഹം. നിശ്ചയദാർഢ്യം ആർജിച്ചെടുക്കുവാൻ പരിപൂർണ്ണ സമർപ്പണം കൂടിയേ തീരൂ. 'വിജയിക്കുവാൻ ഒരേ ഒരു മാർഗ്ഗമേയുള്ളൂ അത് വിജയിക്കുവാനുള്ള പരിപൂർണ്ണ സമർപ്പണമാണ്' എന്നാണല്ലോ അമേരിക്കൻ കായിക താരമായിരുന്ന വിൻസന്റ് ലൊംബാർഡി പറഞ്ഞിരിക്കുന്നത്.

നിശ്ചയദാർഢ്യം എന്നത് സ്വയം രൂപപ്പെടുന്ന ഒരു കഴിവല്ല മറിച്ച് പരിശ്രമത്തിലൂടെ സ്വായത്തമാക്കുവാൻ കഴിയുന്ന ഒന്നാണ്. ലക്ഷ്യത്തെ മുറുകെ പിടിക്കുക എന്നുള്ളതാണ് ഇതിൽ ഏറ്റവും പ്രാധാന്യമർഹിക്കുന്ന കാര്യം. 'No' എന്ന് പറയുന്നത് ഏറ്റവും വലിയ ബുദ്ധിമുട്ടുള്ള കാര്യമാണ് എന്നാൽ നിശ്ചയദാർഢ്യം കൈമുതലായുള്ള ഓരോ വ്യക്തിയും തങ്ങളെ ലക്ഷ്യത്തിൽ നിന്ന് പിന്തിരിപ്പിക്കുന്ന എല്ലാത്തിനോടും ശക്തമായി തന്നെ "No" എന്ന് പറയുന്നവരാണ്. ആൻഡ്രൂ കാർണിജി എന്ന വ്യവസായി ഒരിക്കൽ പറഞ്ഞത് 'സ്വയം സഹായിക്കാത്തവരെ സഹായിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നതിൽ പ്രയേജനമില്ല. ഒരാൾ ഒരു ഗോവണിയിൽ കയറാൻ സ്വയം തയ്യാറാകുന്നില്ലെങ്കിൽ അയാളെ ആർക്കും കയറ്റാൻ കഴിയില്ല' എന്നാണ്.

നിശ്ചയദാർഢ്യവും ഇത്തരത്തിൽ സ്വയം പരിശ്രമത്തിലൂടെ കഠിനാധ്വാനത്തിലൂടെ ആർജിച്ചെടുക്കേണ്ട ഒന്നാണ്. നിശ്ചയദാർഢ്യത്തോടെ സ്വയം മാറാൻ തയ്യാറാകുന്ന വ്യക്തിക്ക് തന്റെ ചുറ്റുപാടും ലോകം മുഴുവനും തന്നെയും മാറ്റുവാൻ സാധിക്കും. 'മാറാനൊരു മനസ്സ് മാറ്റാനൊരു ലോകം' അതാണ് നമുക്ക് മുൻപിലുള്ള വലിയ സാധ്യത. ●



അരുൺ ജോർജ്ജ് മാമ്പ്ര

അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ
ഭാരത് മാതാ കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ് & ആർട്സ്, ആലുവ
mail id: arunmampra@gmail.com



ഫാ. ഡോ. യബ്രേസ് പീറ്റർ
ചൈൽഡ് വെൽഫെയർ ബോർഡ്
കമ്മറ്റി മെമ്പർ

നിങ്ങൾക്കും വിജയിക്കാം

ബുദ്ധിപരമായ തീരുമാനങ്ങൾ, ആവശ്യമായ തയ്യാറെടുപ്പുകൾ നിർഭയമായ പ്രവൃത്തി എന്നിവയുടെ അനന്തരഫലമാണ് വിജയം.

വിജയം ഒരു യാത്രയാണ് ലക്ഷ്യസ്ഥാനമല്ല. വെല്ലുവിളികൾ നിറഞ്ഞതും യോഗ്യവുമായ ലക്ഷ്യങ്ങളോ സ്വപ്നങ്ങളോ പടപടിയായി നേടുന്നതാണ് വിജയം. വൈശിഷ്ട്യത്തിന്റെ കർമ്മപഥത്തിൽ കഴിവിന്റെയും ശക്തിയുടെയും പരമാവധി വിനിയോഗമാണ് വിജയം. ഏതെങ്കിലും ഒരു കാര്യം ചെയ്തുതീർക്കാൻ സാധിക്കുന്നത് സാക്ഷാത്ക്കാരമാണ്; ശരിയായ രീതിയിൽ ഒരു കാര്യം ചെയ്തു തീർക്കുന്നത് നേട്ടവും. ബുദ്ധിപരമായ തീരുമാനങ്ങൾ, ആവശ്യമായ തയ്യാറെടുപ്പുകൾ നിർഭയമായ പ്രവൃത്തി എന്നിവയുടെ അനന്തരഫലമാണ് വിജയം. നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായത് നേടുന്നതാണ് വിജയം. നേടുന്നതിനെ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നത് ആനന്ദവും. ഒരു നല്ല കൈസഹായം ലഭിക്കുന്നതിലല്ല ജീവിതവിജയം; സാഹസികമായ കൈവയ്ക്കലിലാണ് ജീവിതവിജയം. കഠിനാദ്ധ്വാനം കൊണ്ട് പരാജയങ്ങളെ തച്ചുതകർക്കുന്നതാണ് വിജയം. പ്രവർത്തിക്കുന്നതാണ് വിജയം. ആഗ്രഹിക്കുന്നതല്ല. ഉദ്ദേശ്യങ്ങളിലെ സ്ഥിരതയാണ് വിജയം. വിജയത്തെ എ.ബി.സി യെന്ന് വിശേഷിപ്പിക്കാം. എ- എബിലിറ്റി (കഴിവ്), ബി- ബ്രേക്ക്സ് (മാറ്റങ്ങൾ), സി-കറേജ് (ധൈര്യം). വിജയത്തിന് ഒട്ടേറെ പിതാക്കന്മാരുണ്ടാകും. എന്നാൽ പരാജയം എപ്പോഴും അനാഥമാണ്. ഒരാൾ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നത്രത്തോളം കൂടുതൽ പ്രവർത്തിക്കാൻ സാഹചര്യമൊരുങ്ങുന്നതു വരെയാണ് വിജയത്തിന്റെ സാംഗത്യം. വിജയത്തിനു വേണ്ടി ആഗ്രഹിക്കുക, പ്രചോദനം നേടുക, പ്രവർത്തിക്കുക.

- വിജയത്തിന്റെ 4 'D'കൾ 1. Desire (ആഗ്രഹം), 2. Direction (ഒരാളിന്റെ ആഗ്രഹം, ലക്ഷ്യം നേടാനുള്ള മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശം), 3. Determination (ദൃഢനിശ്ചയം), 4. Dedication (അർപ്പണമനോഭാവം)/ആഗ്രഹിച്ച ലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കാനുള്ള അർപ്പണബോധത്തോടുകൂടിയ പ്രവർത്തനം).

- സാക്ഷാത്ക്കാരത്തിനായി **ASK** : ശരിയായ അനുപാതത്തിലുള്ള 1. Attitude (വിജയിയുടെ മനോഭാവം), 2. Skill (നിരന്തരവും കഠിനവുമായ പരിശീലനം വഴി സിദ്ധിച്ച അഥവാ വൈദഗ്ദ്ധ്യം), 3. Knowledge (നേടാനുള്ള ലക്ഷ്യത്തെയോ, അതിനാവശ്യമായ ശ്രമങ്ങളെയൊ, വേണ്ടിവരുന്ന വിഭവങ്ങളെയോ, വസ്തുക്കളെയോ, പരിപാടികളെയോക്കുറിച്ചുള്ള സമഗ്രമായ അറിവ്.

- വിജയത്തിലേക്കുള്ള നാല് ചുവടുവയ്പ്പുകൾ അഥവാ 8 'P'കൾ : Plan Purposefully (ഉദ്ദേശ്യശുദ്ധിയോടുകൂടി ആസൂത്രണം ചെയ്യുക) Prepare Prayerfully (പ്രാർത്ഥനാസമേതനായി തയ്യാറെടുക്കുക), Proceed Positively (ശുഭാപ്തിയോടെ നീങ്ങുക), Pursue Persistently (നിരന്തരമായി ശ്രമിക്കുക)

- നിങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്നതിൽ സന്തോഷം കണ്ടെത്തുന്നതാണ് വിജയം. ജീവിതത്തിൽ പൂർണ്ണമായ സംതൃപ്തി തോന്നുന്ന സാഹചര്യമെത്തുമ്പോൾ വിജയം ആസ്വദിക്കാനാവും.

വിജയത്തിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തമാണ് നേട്ടം. നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായത് ലഭിക്കുന്നതിനെയാണ് നേട്ടം കൊണ്ടുദ്ദേശിക്കുന്നത്. നേട്ടങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുന്നതിന് ചില കഴിവുകൾ ആവശ്യമാണ്. ലക്ഷ്യങ്ങളും ഉദ്ദേശ്യങ്ങളും എന്തെന്ന് തീരുമാനിക്കുക, പ്രവൃത്തികളെക്കുറിച്ച് ശരിയായി ആസൂത്രണം ചെയ്യുക, പദ്ധതികൾ നടപ്പിൽ വരുത്തുക, മുന്നിൽ കണ്ടിരിക്കുന്ന ലക്ഷ്യത്തിലെത്തിച്ചേരുന്നതിനു വേണ്ടി പ്രതിബന്ധങ്ങളെയും പ്രതിസന്ധികളെയും തരണം ചെയ്യുക തുടങ്ങിയവയാണ് ആ കഴിവുകൾ.

- വിജയിക്കുകയെന്നാൽ നിരന്തരമായി പിന്തുടരുകയെന്നാണ്.

- ധനപരമായ വിജയങ്ങൾക്കുള്ള സൂത്രവാക്യം : ഒരാവശ്യം കണ്ടെത്തുക, അതുനിറവേറ്റുക.

- തന്റെ കഴിവുകളും സർഗ്ഗാത്മക പ്രതിഭകളും ഉപയോഗിച്ചു കൊണ്ട് ഒരു ഡോളറിന് തനിക്ക് എത്രത്തോളം നൽകാനാകും എന്നു ചിന്തിക്കുന്ന വ്യക്തിയാണ് ഒരു ഡോളറിന് തനിക്ക് എത്രത്തോളം കുറച്ച് നൽകാനാകുമെന്ന് ചിന്തിക്കുന്നയാളിനെക്കാൾ വിജയസാദ്ധ്യത കൂടുതലുള്ള വ്യക്തി.

● വ്യക്തികൾക്കും പ്രസ്ഥാനങ്ങൾക്കും വിജയിക്കുന്നതിന് ഒരുപോലെ ബാധകമായ ഒരു സൂത്രവാക്യമുണ്ട്. Make yourself More Useful (നിങ്ങളെ സ്വയം കൂടുതൽ ഉപയോഗപ്രദമാക്കുക)

● SUCCESS:

S - Super Relations അഥവാ ഉയർന്ന നിലവാരത്തിലുള്ള ബന്ധങ്ങളെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു

U - Unlimited Energy അഥവാ പരിമിതിയില്ലാത്ത ഊർജ്ജത്തെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

C - Creative Thinking അഥവാ ക്രിയാത്മക ചിന്തയെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

C - Confidence അഥവാ ആത്മവിശ്വാസത്തെ കാണിക്കുന്നു.

E – Effective Communication അഥവാ ഫലപ്രദമായ ആശയവിനിമയത്തെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

S - Self Motivation അഥവാ ആന്തരിക പ്രചോദനത്തെ കാണിക്കുന്നു.

S - Super Memory അഥവാ ഉന്നതമായ ഓർമ്മശക്തിയെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

● ഒരല്പം ധൈര്യവും കുറച്ച് ആത്മനിയന്ത്രണവും ഉറച്ച ഇച്ഛാശക്തിയും വേണം ലക്ഷ്യത്തിലെത്തുന്നതിന്. വിജയിക്കാൻ തന്നെ നിങ്ങൾ പുറപ്പെടുന്നെങ്കിൽ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ എന്തുതന്നെ ആയാലും കുറെയേറെ പരിശ്രമങ്ങളും, ഉറച്ചതും അചഞ്ചലവുമായ മനസ്സും ഉണ്ടെങ്കിൽ വിജയം നിങ്ങളുടെ പക്ഷത്തായിരിക്കും.

● **A.P.S.A.R.A:**

Aim (ലക്ഷ്യം) : കൃത്യമായ ഒരു ലക്ഷ്യവും അതു നേടാനുള്ള ഉറച്ച ഇച്ഛാശക്തിയും നിങ്ങൾക്കുണ്ടായിരിക്കണം.

Plan (ആസൂത്രണം) : നിങ്ങളുടെ ലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കുന്നതിനുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കായി വ്യക്തമായ ഒരു പദ്ധതി ആസൂത്രണം ചെയ്യേണ്ടതാണ്.

Strive (പരിശ്രമം) : ഉദ്ദേശ്യലക്ഷ്യങ്ങളോടെ ക്രമാനുഗതമായി പരിശ്രമിക്കുക; ലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കും വരെ.

Achieve (നേടുക) : എന്തൊക്കെ വെല്ലുവിളികളും പ്രതിബന്ധങ്ങളും നേരിട്ടാലും പരിശ്രമങ്ങൾ നിർത്തരുത്.

Ruminate (അയവിറക്കുക) : അന്തിമവിജയം നൽകുന്ന എല്ലാ ഉയർച്ചതാഴ്ച്ചകളെയും സന്തോഷങ്ങളെയും പ്രയാസങ്ങളെയും തെറ്റുകളെയും നൈപുണ്യങ്ങളെയും എപ്പോഴും അയവിറക്കുക.

Advance (മുന്നേറുക) : ഇനി കുറേക്കൂടി ഉയർന്നതും മഹത്തരവുമായ ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് നീങ്ങുക; Aim, Plan, Strive and Achieve എന്ന പ്രക്രിയ ആവർത്തിക്കുക.

● സത്യസന്ധതയുടെയും, കഠിനാദ്ധ്വാനത്തിന്റെയും, പരാജയങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള പഠനത്തിന്റെയും, പരിപൂർണ്ണതയുടെയും, നിതാന്തമായ പരിശ്രമത്തിന്റെയും അനന്തരഫലമാണ് വിജയം.

● വിജയത്തിന് സഹായകമായ ഗുണങ്ങളുടെ പട്ടിക

Ability (കഴിവ്) – **5%**

Knowledge (വിജ്ഞാനം) – **5%**

Discipline(അച്ചടക്കം) – **10%**

Attitude(മനോഭാവം) – **40%**

Enthusiasm (അത്യുത്സാഹം) – **40%**



വീഴ്ചകൾ വിജയത്തിന്റെ ആധാരശിലകൾ

വിജയിക്കാനാണ് നിങ്ങൾ പഠിച്ചത്. പക്ഷേ, വിജയം നിങ്ങൾക്കു മുന്നിൽ ഒരു തളികയിൽ എത്തുകയില്ല. സ്വയം വികസിക്കുക, മനസ്സിനെ രൂപപ്പെടുത്തുക, ഇതാണ് എല്ലാം വിജയങ്ങൾക്കുമുള്ള താക്കോൽ. നിങ്ങളുടെ മനസ്സിന്റെ ശീലങ്ങളും ചിന്തകളും മാറ്റത്തിനു വിധേയമാക്കിക്കൊണ്ട് ജീവിതത്തെ തന്നെ മാറ്റിയെടുക്കാനാകും. നിങ്ങൾ ചിന്തിക്കുന്നത്, വിശ്വസിക്കുന്നത്, അനുഭവിക്കുന്നത് എന്താണോ അതുതന്നെ നിങ്ങൾ ആയിത്തീരും. ചിന്തകളെ നിയന്ത്രിച്ച് നിങ്ങൾ വിധിയുടെ വിധാതാക്കളാക്കുക. ചിന്തകളെ പ്രവൃത്തികളായി രൂപാന്തരപ്പെടുത്തി വിജയത്തിൽ സ്വപ്നത്തിലേയ്ക്ക് വെണ്ണികൊടി പാറിച്ചവർ ഇവർ.

വിൻസ്റ്റൻ ചർച്ചിൽ ഒരിക്കൽ പറഞ്ഞു : 'വിജയമെന്നത് ഉത്സാഹം നഷ്ടപ്പെടാതെ ഒരു പരാജയത്തിൽ നിന്നും മറ്റൊരു പരാജയത്തിലേക്ക് നീങ്ങുവാനുള്ള ശേഷിയാണ്'.

ജീവിതത്തിൽ പരാജയങ്ങളും പ്രതിസന്ധികളും നേരിടേണ്ടിവന്നിട്ടില്ലാത്തവർ തുലോം വിരളമായിരിക്കും. പലരും പല വിധത്തിലാവും അവയോടു പ്രതികരിക്കുന്നത്. ചിലർ ചെറിയ പരാജയങ്ങളിൽ പോലും മനം മടുത്ത് പിന്തിരിയുന്നു. ചിലർ അതിൽ തകർന്നു പോകുന്നു. മറ്റു ചിലർ ആത്മഹത്യയിൽ അഭയം കണ്ടെത്തുന്നു. എന്നാൽ ചിലർ അവയെ ധീരതയോടെ നേരിടുന്നു. വിജയത്തിന്റെ പടവുകളാക്കി അവയെ മാറ്റുന്നു. മഹത്വത്തിലേക്കുള്ള വളർച്ചയുടെ വഴിയാക്കുന്നു. വീണ്ടും പൂർവ്വാധികം വാശിയോടെയും ശക്തിയോടെയും മുന്നേറാനുള്ള പ്രചോദനമാക്കുന്നു.

ലോകം ആദരിക്കുന്ന മഹാന്മാരുടെ ജീവചരിത്രം പരിശോധിച്ചാൽ ഒരു കാര്യം നമുക്ക് വ്യക്തമാകും. അവരെല്ലാം ജീവിതത്തിൽ പരാജയങ്ങൾ നേരിട്ടവരാണ്. തിരിച്ചടികൾ സഹിച്ചവരാണ്, പ്രതിസന്ധികൾ തരണം ചെയ്തവരാണ്. ആ പരാജയങ്ങളും പ്രതിസന്ധികളും തിരിച്ചടികളും ആണ് യഥാർത്ഥത്തിൽ അവർക്ക് ശക്തിപകർന്നത്. അവർ വീഴ്ചകളെ വിദ്യയാക്കിയവരാണ്. പരാജയങ്ങളിൽ നിന്ന് പാഠം പഠിച്ചവരാണ്. കോട്ടങ്ങളെ നേട്ടങ്ങളാക്കിയവരാണ്. പ്രതിബന്ധങ്ങളെയും പരാജയങ്ങളെയും പതറാതെ നേരിട്ടവരാണ്. വീഴ്ചകളെ വിജയത്തിന്റെ ആധാരശിലകളാക്കിയവരാണ്.

ആൽബർട്ട് ഐൻസ്റ്റീൻ

ലോകം കണ്ട ശാസ്ത്രജ്ഞരിൽ അഗ്രഗണ്യനായിരുന്ന ആൽബർട്ട് ഐൻസ്റ്റീന്റെ ജീവിതം പരാജയങ്ങളിലും പരിമിതികളിലും പതറുന്നവർക്ക് പ്രചോദനമാകുവാനുതകുന്നതാണ്. ആൽബർട്ട് നന്നായി സംസാരിക്കാൻ പോലും കഴിവില്ലാത്ത കുട്ടിയായിരുന്നു. ഏകദേശം ഒമ്പതു വയസായതിനു ശേഷമാണ് കഷ്ടിച്ച് സംസാരിക്കാൻ തുടങ്ങിയത്. അവനൊരു വൈകല്യമുള്ള കുട്ടിയായി കരുതപ്പെട്ടു. ആൽബർട്ടിന്റെ മാതാപിതാക്കൾ എലമന്ററി സ്കൂളിലും ഹെഡ്മാസ്റ്ററോട് തങ്ങളുടെ കുട്ടിക്ക് ഭാവിയിൽ ഏതു പ്രൊഫഷനാണ് അനുയോജ്യമായത് എന്നു ചോദിച്ചപ്പോൾ അദ്ദേഹം പറഞ്ഞ മറുപടി അവരെ നിരാശപ്പെടുത്തി. ''ഏതെടുത്താലും അവൻ അതിൽ വിജയിക്കുമെന്നു തോന്നുന്നില്ല''.

സൂറിച്ചിലെ പോളിടെക്നിക്ക് കോളേജിലേക്കുള്ള പ്രവേശനപ്പരീക്ഷയിൽ ഐൻസ്റ്റീൻ പരാജയപ്പെടുകയാണുണ്ടായത്. ഗണിതശാസ്ത്രത്തിൽ മിടുക്കനായിരുന്നുവെങ്കിലും ഭാഷയിലും ജീവശാസ്ത്രത്തിലും ആവശ്യമായ ഗ്രേഡ് നേടുവാൻ കഴിഞ്ഞില്ല. ഐൻസ്റ്റീനെപ്പറ്റി രസകരമായ ഒരു സംഭവകഥ കൂടിയുണ്ട്. അറിയപ്പെടുന്ന ഒരു ഗണിതശാസ്ത്രജ്ഞനായശേഷം, ഏതാനും ഗണിതശാസ്ത്ര പ്രേമികൾ അദ്ദേഹത്തെ അന്വേഷിച്ച് താമസിച്ചിരുന്ന വീടിനു സമീപത്തെത്തി. അടുത്തുകണ്ട കടയിൽ കയറി ചോദിച്ചു:

''പ്രസിദ്ധ ഗണിതശാസ്ത്രജ്ഞനായ ആൽബർട്ട് ഐൻസ്റ്റീൻ താമസിക്കുന്നതെവിടെയാണ്''? അപ്പോൾ കടയുടമയുടെ പ്രതികരണം ഇപ്രകാരമായിരുന്നു.

''ഐൻസ്റ്റീൻ എന്നു പേരുള്ള ഒരാൾ അടുത്ത വീട്ടിൽ താമസമുണ്ട്. അയാൾ നിങ്ങൾ അന്വേഷിക്കുന്ന ഗണിതശാസ്ത്രജ്ഞൻ ആവാൻ തരമില്ല. വാങ്ങുന്ന പലചരക്ക് സാധനങ്ങളുടെ വിലപോലും ശരിയായി കൂട്ടാനയാൾക്കറിയില്ല''!

പ്രതിസന്ധികളെയും പരാജയങ്ങളെയും അതിജീവിച്ച് മുന്നേറിയാണ് ഐൻസ്റ്റീൻ നൂറ്റാണ്ടിലെ ഏറ്റവും വലിയ ശാസ്ത്രപ്രതിഭയായിത്തീർന്നത്.

പ്രതിസന്ധികളോ പരാജയങ്ങളോ ശാരീരിക വൈകല്യങ്ങളോ നിങ്ങളുടെ മനസിനെ അലട്ടുമ്പോൾ ആ മഹാന്മാരുടെ ജീവിതത്തിലേക്ക് ഒന്നു തിരിഞ്ഞു നോക്കുക. അവരുടെ ജീവചരിത്രങ്ങൾ വായിക്കുക. അത് നിങ്ങൾക്ക് ആശ്വാസവും പ്രചോദനവും പ്രദാനം ചെയ്യും.

വിൻസ്റ്റൻ ചർച്ചിൽ

ധീരതയുടെ അടയാളമായി ചരിത്രത്താളുകളിൽ ഇടംനേടിയ ലോകനേതാവാണ് വിൻസ്റ്റൻ ചർച്ചിൽ. വിദ്യാർത്ഥിയായിരുന്ന ചർച്ചിൽ പഠനത്തിൽ വളരെ മോശമായിരുന്നു. മൂന്നാം ക്ലാസ്സിൽ മൂന്നുകൊല്ലം തോറ്റു പഠിച്ചു. മിലിട്ടറി അക്കാഡമിയിലേക്കു നടന്ന പ്രവേശനപ്പരീക്ഷയിൽ രണ്ടു പ്രാവശ്യം തുടർച്ചയായി പരാജയപ്പെട്ടു. എങ്കിലും അദ്ദേഹം ജീവിതത്തിൽ തളർന്നില്ല. 1940 മേയ് 10 ന് അദ്ദേഹം ബ്രിട്ടീഷ് പ്രധാനമന്ത്രിയായി. രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധത്തിൽ ബ്രിട്ടനും സഖ്യകക്ഷികൾക്കും മഹത്തായ ചരിത്രവിജയം നേടിക്കൊടുത്തു. മഹാനായ ഒരു ധീരനേതാവായി ലോകം ഇന്നും അദ്ദേഹത്തെ ആദരിക്കുന്നു.

സർ ഐസക് ന്യൂട്ടൻ

തന്റെ ശാസ്ത്രതത്ത്വങ്ങൾ കൊണ്ട് ലോകത്തെ അത്ഭുതപ്പെടുത്തിയ സർ ഐസക് ന്യൂട്ടൻ ശൈശവത്തിൽ തല പോലും നേരെ നിർത്താൻ കെല്പില്ലാത്ത വളരെ ശക്തിഹീനനായ കുട്ടിയായിരുന്നു. പ്രത്യേക ലതർ കോളർ ധരിച്ചാണ് തലയ്ക്ക് താങ്ങു കൊടുത്തിരുന്നത്. പഠനത്തിൽ ഏറെ പിന്നിലായിരുന്നു. വളരെ താഴ്ന്ന റാങ്കായിരുന്നു ക്ലാസ്സിൽ. 1665–66 കാലത്ത് ബ്രിട്ടനിൽ പടർന്ന മാരകമായ പ്ലേഗ് രോഗം മൂലം വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങളെല്ലാം അടച്ചു. ന്യൂട്ടൻ തന്റെ മാതാവിന്റെ കൃഷിത്തോട്ടത്തിലേക്ക് പോന്നു. 18 മാസത്തോളം അവിടെയായിരുന്നു താമസം, അവിടെ വച്ച് ഒരാൾ ന്യൂട്ടനെ ധ്യാനം പരിശീലിപ്പിച്ചു. അതദ്ദേഹത്തിന്റെ ജീവിതത്തിലെ ഒരു നാഴികക്കല്ലായിരുന്നു.

പിന്നീട് ന്യൂട്ടൻ പഠനത്തിൽ മികവുകാണിക്കാൻ തുടങ്ങി. കൂടുതൽ ശ്രദ്ധാലുവായി. ഒരു പുതിയ ഗണിതശാസ്ത്ര ശാഖയായ കാൽക്കുലസ് (calculus) കണ്ടുപിടിച്ചു. അതുപയോഗിച്ച് ന്യൂട്ടൻ ചലനനിയമങ്ങൾ, ആകർഷണതത്ത്വം എന്നിവ തെളിയിച്ചു. പിന്നീട് അദ്ദേഹം പുതിയതരം ടെലസ്കോപ്പ് കണ്ടുപിടിച്ചു. ന്യൂട്ടന്റെ പ്രശസ്തമായ ആകർഷണ നിയമങ്ങൾ ശാസ്ത്രലോകം അംഗീകരിച്ചത് അദ്ദേഹം മരിച്ച് നൂറ്റാണ്ടുകൾക്ക് ശേഷമാണ്. ബാല്യം മുതൽ നേരിടേണ്ടി വന്ന പ്രതിസന്ധികൾ എല്ലാം തന്നെ സധൈര്യം തരണം ചെയ്യുവാൻ അദ്ദേഹത്തിനു കഴിഞ്ഞു. അതായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റെ ജീവിത വിജയ രഹസ്യം.

ഹെലൻകെല്ലർ

ഹെലൻകെല്ലർ അന്ധയും മൂകയും ബധിരയുമായിരുന്നു. ഈ മൂന്ന് വൈകല്യങ്ങളോടും പൊരുതി അവർ കൈവരിച്ച അത്ഭുതകരമായ വിജയങ്ങൾ ആരെയും അതിശയിപ്പിക്കുന്നതും ആവേശം കൊള്ളിക്കുന്നതുമാണ്.

ബിഥോവൻ

സംഗീത ചക്രവർത്തിയായിരുന്ന ബിഥോവന്റെ സിംഫണികൾ ലോകപ്രസിദ്ധങ്ങളാണല്ലോ. ബധിരനായിത്തീർന്നെങ്കിലും അദ്ദേഹം തളർന്നില്ല, നിരാശനായില്ല. തന്റെ ബധിരതയെ അവഗണിച്ച് ഇമ്പമേറിയ സിംഫണികൾ സൃഷ്ടിക്കാൻ അദ്ദേഹത്തിനു കഴിഞ്ഞു. ലോകം ഇന്നും അത്ഭുതത്തോടെ അദ്ദേഹത്തെ ആദരിക്കുന്നു.

പ്രതിസന്ധികളോ പരാജയങ്ങളോ ശാരീരിക വൈകല്യങ്ങളോ നിങ്ങളുടെ മനസിനെ അലട്ടുമ്പോൾ ആ മഹാന്മാരുടെ ജീവിതത്തിലേക്ക് ഒന്നു തിരിഞ്ഞു നോക്കുക. അവരുടെ ജീവചരിത്രങ്ങൾ വായിക്കുക. അത് നിങ്ങൾക്ക് ആശ്വാസവും പ്രചോദനവും പ്രദാനം ചെയ്യും. ഓരോ പ്രതിസന്ധിയും ഓരോ പരാജയവും ഒരു വെല്ലുവിളിയാണ്. അതു നിങ്ങൾക്ക് കരുത്തു പകരുന്ന പരിശീലന വേളകളുമാണ്. ''എന്നെ കൊല്ലാത്ത ഏതും എന്നെ കൂടുതൽ ശക്തനാക്കുന്നു'' എന്ന പഴമൊഴി മറക്കാതിരിക്കുക.

''നമ്മുടെ ഏറ്റവും വലിയ മഹത്വം, ഒരിക്കലും പരാജയപ്പെടാതിരിക്കുന്നതിലല്ല, മറിച്ച് ഓരോ പരാജയത്തിൽ നിന്നും ഉയർത്തെഴുന്നേൽക്കുക എന്നതിലാണ്'' ചൈനീസ് ചിന്തകനായിരുന്ന കൺഫ്യൂഷ്യസിന്റെ ഈ വാക്കുകൾ പ്രതിസന്ധികളിലും പരാജയങ്ങളിലും നിങ്ങൾക്ക് പ്രചോദനമാവട്ടെ. ●

Model Code: 108/2019
Sonal Singh

Sonal Singh is an Indian film actress and model. She appeared in Hindi, Tamil films like Flat 211, Koothan etc. For movie Flat 211 she got nominated for best actress award in Tokyo, Japan. Presently she is grabbing new big opportunities.











Model Code: 109/2019 Meghana

Want to be a Model in Advertising ?

മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക.

പോർട്ഫോളിയോ എടുത്തിട്ടില്ലാത്തവർക്ക് പ്രൊഫഷണൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫേഴ്സിന്റേയും മേക്കപ് പ്രൊഫഷണൽസിന്റേയും സഹകരണത്തോടെ മിതമായ നിരക്കിൽ പോർട്ഫോളിയോ തയ്യാറാക്കി നൽകുന്നതാണ്.

effectiveadcom@gmail.com
Ph: 08593 998705

Model Code:110/2019 Sanal C.





Battling Indian Brands

the other truth

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 29 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.



So Mie

Election.

Some call it a festival. Many call it a mockery. A few call it one of the most fundamental signs of a live democracy. I agree with all of them, depending on the context. In India, it may be a festival of sorts and, in some cases, a mockery, and it sure gives people the power to pick their rulers. It also makes sure that the rulers they once elect are not – most importantly, not - elected for life.

So here's to India election 2019!

Apart from their political or constitutional relevance, general elections in India have another interesting aspect: every election here is a battle of brands. A humungous number of diverse brands come into the fray during election season. Of course, diversity is India's soul. But it's 'numbers' that makes our Lok Sabha election the biggest election on earth.

We're an electorate of a whopping 900 million – nearly three times the population of the US. We are spread out in 29 states and 7 union territories, each a unique entity with recognizable identity and brand language. Most of us believe in one of the 6 major faiths, each a thriving religious institution with longer-than-life-term offerings and firebrand brand ambassadors. Also factor in here hundreds of castes and sub-castes, which are down-to-earth brands within brands yet at odds with each other. And almost all of us have some affiliation with at least one of the 1841 recognized political parties, each a fiercely competing brand favored by its followers.

Even if you ignore all these backdrop brands and focus on the merits of the candidates, you're opting for yet another brand category: personality brands. Personality is perhaps the most important criterion for electing a leader. But how does an average voter know the personality of a candidate? In most cases, it's their projected personalities that we get to know, either by means of PR or paid media or planned word of mouth. Chances are this could be a sanitized version of the real personality. However, we can be sure of one thing. Candidates who are overly popular in only one of the several brand categories we discussed above are not going to make good representatives of their constituency. Elected on divisive propaganda, they will be forced to live up to their myopic regional, religious, caste or political agenda that helped them win. They won't have a broader vision to see India as one brand.

There's scope for an odd analogy here. Electing a ruler is like trusting a refrigerator. We expect the refrigerator to keep our stuff safe and intact. We don't want it to brand the contents to suit its cold insight. We don't want it to throw out the things that it doesn't like. We don't want it to decide what we must or must not eat. We don't want it to look at us with suspicion when we bring in a new item. We don't want it to classify for us what is acceptable and what is not. We don't want it to hold back things when we need them. We don't want it to brag that we are alive because it feeds us. We don't want it to think that it's cool to leave its assigned kitchen corner and stomp into our bedroom.

History has taught us that rulers who broke these rules were eventually hauled out by the mob that once hailed them. The question is: should we put up with such rulers and wait for some chaotic situation? Why can't we stop them at the voting machine itself? Our fingertips have the unquestionable power to do that. Just like that.



Respecting each individual is the defining mark of a civilized society. And what matters most to an individual is intellectual freedom. Equally important are privacy and the right to make decisions concerning one's own life.

This election let's be very selfish about our freedom and our rights. Don't let any battling brand fool us with their shallow slogans and hollow war cry. Sift through their crafty narratives. See through their lurid packaging and promises. Say no to their toxic, mean, petty politics.

Or, what we do will be voting ourselves out. Forever.

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.

MOST TRUSTED OET EXAM COACHING CENTRE



The expert and perfect guidance offered for

NCLEX-RN • PROMETRIC EXAMS

Specifically designed courses for

OET 2.0

RN-USA • NNAS (Canada)

New Batch starts on every Monday

Registration assistance for all Exams

Online Coaching available

Most Trusted agency for NCLEX-RN Registration

Admission Helpline:- 0481-2300396 / 380, 99468 59475, 0484 - 4015393

Application assistance to all Nursing Boards in U.S.A



CHAZ ACADEMY

Arafa Tower, V[th] Floor, Near SBI Branch, Thirunakkara, Kottayam-1

48/227B, Evergreen Estate, Safdar Hashmi Lane, Vyttila, Eranakulam-19

E-mail: chazacademykottayam@gmail.com, chaz_ktm@yahoo.com www.chazusa.in

ദേശാഭിമാനി

പ്രബുദ്ധ കേരളത്തിന്റെ ശബ്ദം

കൊല്ലത്തിന്റെ മണ്ണിൽ പ്രതീക്ഷയുടെ പുതിയ പ്രകാശം!

കൊല്ലത്ത് നിന്നും പുതിയ എഡിഷനുമായി
കേരളത്തിന്റെ ജനകീയ ദിനപത്രം.

